

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku:

- Chakti. (2019). sosial media marketing. In *sosial media marketing*.
- Dedy Mulyana. (2015). Komunikasi Organisasi. In *Komunikasi Organisasi* (pp. 31–33). morisan. PH.D.
- Khairunisa, A. (2020). *Strategi Komunikasi Pengelola Cafe Sawah Dalam meningkatkan Religiusitas Karyawan*. 1–23.
- Machfoedz, M. (2010). Komunikasi pemasaran modern / Mahmud Machfoedz ; editor, Sambilegi Editorial Agency. In *Komunikasi pemasaran modern / Mahmud Machfoedz ; editor, Sambilegi Editorial Agency*. Cakra Ilmu.
- Moleong, L.J. (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung. ALFABETA, CV.
- Suryadi, D.E (2018). Strategi Komunikasi In Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global (p.5). Remaja Rosdakarya.
- Wibowo, A. (2021). BRANDING DIGITAL (Merek Digital). In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*.
<https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/97%0Ahttps://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/download/97/135>
- Rismawaty, Surya, D. E., & Sangra Juliano P. (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Pengantar Ilmu Komunikasi* (hal. 67). Rekayasa Sains.

Referensi Jurnal:

- Al Badar, S., & Endri Listiani. (2023). Strategi Pengelolaan Social Media Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(1), 332–338.
<https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i1.5989>
- Alawi, F. (2020). *Pola Komunikasi Sekolah Sepakbola Putra Banjaran*. 26–56.
<https://lib.unnes.ac.id/37256/>
- Arif Reda, M. (2017). Penerimaan Tayangan Sinetron Pada masyarakat Adat. *Repository.Upi.Edu* |, 30–43.
[http://repository.upi.edu/31714/6/S_IKOM_1304336_Chapter 3.pdf](http://repository.upi.edu/31714/6/S_IKOM_1304336_Chapter%203.pdf)

- Dianti, Y. (2017). Angewandte Chemie International Edition. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2, 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Fauzi, U. I. (2021). Pengaruh Branding Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pemilihan Wedding Organizer Syariah. *Youth & Islamic Economic Journal*, 2(1), 42–47.
- Feny Rita Fiantika et all. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. *Rake Sarasin, Maret*, 1–179. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- fitria. (2013). *Model Kepemimpinan Pada Unit Usaha Simpan Pinjam KUD Pakis Asrikaton Malang*. 38–51.
- Hamzah, L. O., Sidu, D., & Harmin, S. (2022). Proses Komunikasi Dalam Peningkatan Prestasi Kerja Anggota Polres Kendari. *Jurnal Administrasi Pembangunan Dan Kebijakan Publik*, 13(1), 72–81.
- Ii, B. A. B., Tentang, T., & Terdahulu, P. (n.d.). 2 . 1 *Tinjauan Pustaka Adapun tinjauan pustaka yang peneliti lakukan untuk melengkapi penelitian ini dilakukan dengan berbagai aspek tinjauan . Ini dilakukan guna menambahkan ilmu dan melengkapi penelitian yang berkaitan dengan keilmuan ilmu komunikasi , . 10–40.*
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, 8(2), 177–1828. <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>
- NURJANAH, S. (2019). ANALISIS MENGELOLA BRAND IMAGE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Setiadi, A. (2015). Analisis Pengaruh Iklan TV, Mencari Variasi Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek ke Pembalut Wanita Charm (Studi Kasus Pada Pengguna Charm Di Tangerang Selatan). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Tosepu, Y. A. (2018). *Komunikasi Politik di Dunia Virtual*. 3(1), 32–33. <https://my.id1lib.org/book/19299083/3d7141>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020a). *Jurnal Ilmu Pendidikan*. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Yusri, A. Z. dan D. (2020b). PENGARUH BRAND TRUST, BRAND

AWARENESS DAN BRAND POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MEREK HONDA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.