

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPIN.
- Amin, S. (2011). *Brand Activation Model*. Islamabad : Mirko Management System.
- Andres Kaplar & Michael Haenlein. (2010). *User Of The World Unite! The Challengers And Opportunities Of Social Media*. 53(1).
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Cangara, H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Gema Wirausaha. (2011). *Tentang Pembentukan Citra (Image Building)*. Gemawirausaha.Blogspot.Com.
<http://gemawirausaha.blogspot.com/2011/05/tentang-pembentukan-citra-image.html>
- Geoffrey, J. S. (2007). *I-Branding : Developing The Internet as a Branding Tool (Marketing Intelligence And Planning)*. 544.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jurnal entrepreneur. (n.d.). *Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya yang Harus Anda Ketahui*. Jurnal.Id. Retrieved April 19, 2021, from <https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/>
- Kotler, P. and K. (2009). *Manajemen Pemasaran (Jilid 2)*. Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Moleong, L. J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Edisi Revisi.
- Mulyana, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif Pradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya Edisi Revisi.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial*. Bandung: Rekatama Media.
- Pudjiastuti, W. (2010). *Special event*. Jakarta : Elex Media Komputindo.

- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT. Elex Komputindo.
- Rismawaty, S. J. D. eka surya. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi (Welcome To The World Of Communications)*. Bandung: Rekayasa Sains Edisi Revisi.
- Rohim, H. S. (2009). *Teori Komunikasi : Perspektif, Ragam, & Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ruslan, R. (2008). *Manajemen Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Salbino, S. (2014). *Buku Pintar Gadget Android dan Untuk Pemula*. Jakarta: Kunci Komunikasi.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Jilid 1 (edisi 5)*. Jakarta : Erlangga.
- Soehartono, I. (2011). *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Penelitian Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soemanagara, R. (2008). *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.
- Soemitra, A. E. (2010). *Dasar Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Solihin, M. S. M. M. P. O. (2015). *Interpersonal Skill (Tips Membangun Komunikasi dan Relasi)*. Bandung: Rekayasa Sains Edisi Revisi.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Unikom, P. (n.d.). *Perpustakaan Dan Skripsi Unikom*. Elib.Unikom.Ac.Id. Retrieved March 16, 2021, from <https://elib.unikom.ac.id/index.php>
- Wiryanto. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Grasindo.

Journal :

- Andres Kaplar & Michael Haenlein. (2010). *User Of The World Unite! The Challengers And Opportunities Of Social Media*. 53(1).
- Geoffrey, J. S. (2007). *I-Branding : Developing The Internet as a Branding Tool (Marketing Intelligence And Planning)*. 544.

Skripsi :

- Azzahra, Fathimah. 2019. Strategi Marketing Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness. Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta
- Mukasalmina. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Smithindo Mitra Mandiri (Smith) Melalui Akun Media Sosial Instagram @houseofsmith Di Bandung. Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia: Bandung
- Nurdiyansyah, Ardi. 2015. Program Komunikasi Pemasaran Patent Goods Bandung. Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia: Bandung
- Annisa, Valya. 2019. Strategi Marketing Public Relations D'BestO Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram. Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia: Bandung

Internet Searching :

- Gema Wirausaha. (2011). *Tentang Pembentukan Citra (Image Building)*. Gemawirausaha.Blogspot.Com.
<http://gemawirausaha.blogspot.com/2011/05/tentang-pembentukan-citra-image.html>
- Jurnal entrepreneur. (n.d.). *Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya yang Harus Anda Ketahui*. Jurnal.Id. Retrieved April 19, 2021, from <https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/>
- Unikom, P. (n.d.). *Perpustakaan Dan Skripsi Unikom*. Elib.Unikom.Ac.Id. Retrieved March 16, 2021, from <https://elib.unikom.ac.id/index.php>

Wawancara :

- Iqbal R.H. 2021. “Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Reclays Purnama Cipta Bandung Dalam Melakukan Proses Branding” *Hasil Wawancara Pribadi* : 24 Juni 2021.
- Dekky R. 2021. “Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Reclays Purnama Cipta Bandung Dalam Melakukan Proses Branding” *Hasil Wawancara Pribadi* : 24 Juni 2021.

- Rusdiyana. 2021. “Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Reclays Purnama Cipta Bandung Dalam Melakukan Proses Branding” *Hasil Wawancara Pribadi* : 27 Juni 2021.
- Okky N.P.P. 2021. “Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Reclays Purnama Cipta Bandung Dalam Melakukan Proses Branding” *Hasil Wawancara Pribadi* : 12 Juli 2021.
- Okky N.P.P. 2021. “Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Reclays Purnama Cipta Bandung Dalam Melakukan Proses Branding” *Hasil Wawancara Pribadi* : 17 Juli 2021. *Whats-app*.