

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Ardianto, Elvinaro. 2016. Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung : Simbiosis Rekatama Media

Denzin & Lincoln. 2009. Handbook of Qualitative Research. Yogyakarta : Pustaka

Kotler, K.(2009). Manajemen Pemasaran 1.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga

Dedy Mulyana. 2008. Ilmu Komunikasi suatu Pengantar. Bandung: Rosdakarya

Diamond, Stephanie, 2015. The Visual Marketing Revolution 20 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial. Jakarta : Serambi Ilmu Semesta

Hafied Cangara. 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Hafied Cangara. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Hermawan Kertaya. 2004. Hermawan Kertajaya On Marketing Mix. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Knapp, Duane E. 2001 . The Brand Mindset. Yogyakarta: Penerbit Andi

Landa, Robin. 2006. Designing Brand Experiences. Thomson Delmar Learning

Lotta Bäck, E. I.-J. 2018. Digital Brand Management: A Company and Consumer Perspective. Arcadia Working Paper, 1-28.

Schultz, D.C., and Barnes, B.E. 1999. Strategic Brand Communication Campaigns. USA: NTC Business Books. Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: AlfabetaRosdakarya

Jurnal :

Ahmad Hafizh Ary Pradana. 2017. Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Potensi Diri Karyawan. skripsi . Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dodwani, B., & Agarwal, S. (Volume-6, Issue-1, 2017). Digital Branding. International

Gelder, S.V. 2005. Global Brand Strategy. London : Kogan Page

Hidayat, D., Hafiar, H., & Anisti. (2019). Tofu Product Branding for Culinary Tourism of Sumedang, Indonesia. Komunikator

Philip, K., & Armstrong, G. 2010. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2 edisi ke dua belas. Jakarta: Erlangga. Journal of Research and Development -A Management Review (JRDMR), 31-36.

Rama Kertamukti. 2015. Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kuantitatif Komunikasi Visual Dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp). Jurnal Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga. Vol 8. No.1. Hal 58

Shehzad, U., Ahmad, S., Iqbal, K., Nawaz, M., & Usman, S. (2014). Influence of Brand Name on Consumer Choice & Decision. IOSR Journal of Business and Management, 16(6), 72–76. <http://doi.org/10.9790/487x-16637276>

Telaumbanua, D. (2020). Urgensi Pembentukan Aturan Terkait Pencegahan Covid-19 di Indonesia. QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama, 12(01), 59–70. <http://doi.org/10.37680/qalamuna.v12i01.290>