

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi* (Edisi Ke-8). Jakarta: Salemba Empat.
- Adinda, P., Aninda P, N., Yohan, B. (2022). Strategi Komunikasi Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Merek. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi. Vol.2 No. 112.*
- American Marketing Association (AMA). (n.d.). *Marketing Management*. New York: The Press.
- Ardianto. (2012). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*. Jakarta: Bumi Aksara, 261.
- David. (2011). *Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep (terjemahan)* (Edisi kedua belas). Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi Setiawati, S., Retnasari, M., & Fitriawati, D. (2019). Strategi Membangun Branding Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol.2 No., 127.*
- Dlomah Arifatul Mua. (2020). Analisis Konsep Brand Identity Batik Panoragan Sebagai Salah Satu Identitas Kabupaten Ponorogo. *Global Health, 167(1), 1–5.* <https://www.e-ir.info/2018/01/14/securitisation-theory-an-introduction/>
- Carissa, E., Suranto. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image di Syafa'at Marcomm Agency. *Jurnal Ilmu Komunikasi Fisip UNY.*
- Fahmi, M., Arif, M., Farisi, S., & Ika Purnama, N. (2020). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Repeat Purchase pada Fast-Food Restaurant di Kota Medan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis, Vol.11 No 1, 56.*
- Fandy, T. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: AndiOffset.
- Fitriatul Aini Saragih. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kentucky Fried Chicken (KFC) Pematangsiantar dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19*. Skripsi. UIN Sumatera Utara.
- Fitrya, M. W., (2019). *Strategi Brand Communication dalam Membangun Brand Image "Bawangkita"*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Hamzah, R. E., Manogari, R. R., & Sabrina, R. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi.*
- Hikmah, N., (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Suzuya Mall Bireuen dalam Memasarkan Brand*. Skripsi. Universitas Malikussaleh.
- Iga, M. Maya, R., (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun

Brand Image Melalui Sosial Media Instagram. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial. Vol.4 No.1*

- Jatmiko. (2012). Komunikasi Pemasaran Sebagai Strategi Memperluas Pasar. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 9*.
- Kotler, A. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi Keduabelas). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (Edisi Kesebelas). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kuncoro, M. (2006). *Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- M. Anang, F. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Cetakan Pertama. Jakarta: In CV. Penerbit Qiara Media.
- Miles, B. M., & Michael, H. A. (1992). Qualitative Data Analys. In *CEUR Workshop Proceedings* (Vol. 1304).
- Moleong, L. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mukarom, Z & Wijaya, M . L (2015). *Manajemen Public Relation Panduan Efektif Pengelolaan Masyarakat*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Musyadat Cholil, A. (2020). *Brand Awareness Ideas: Metode Sukses dan Praktis Membangun Kesadaran Merek*. Yogyakarta: Quadrant.
- Rangkuti. (2002). *The Power Of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratri, Eka. L. (2007). *Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Rhenald, K. (2005). *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Ruslan, R. (2007). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. AndiOffset.
- Sobri, D. (2012). *Manajemen Strategi: Konsep dan Aplikasi*. Erlangga.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sutopo. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. UNS.
- Taufik, M., Masriadi, & Muhammad, A. (2021). Komunikasi Pedagang Pasar Tradisional (Pekan) di Keude Buloh Blang Ara Kecamatan Kuta Makmur. *Jurnalisme*, 10, 80–81.
- Wiratmoko, F. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kentucky Fried Chicken (KFC) Kakiyaly dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*.
- Yusuf, F. (2016). Optimalisasi Program Branding dan Aktivasi Merek di Era Digital. *Jurnal Komunikasi*. Universitas Bina Sarana Informatika.

