

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, Zakiya. (2023). "Strategi Membangun *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di SMA Negeri 1 Jetis Ponorogo". Skripsi. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo: Jawa Timur.
- Arianti, Nel. (2021). "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. Vol. 4 No. 1 <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Aziz, Aldi. (2020). "Strategi Membangun Brand Image Tentor Di Kota Bandung". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sriwijaya: Palembang.
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Fahira, Luwisca & Syahputra. (2021). "Pengaruh *Brand Image* dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Cold'n Brew*". *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*. Vol. 5 No. 3 <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1473>
- Firmansyah, Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan, Jawa Timur: Qiara Media.
- Irwanto, Ria Pristanto et. al. (2022). "Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Home Industry* Sandal Kulit Kandangwesi Ccollection Garut". *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*. Vol. 3 No. 2
- Iswanto, Rendy et. al. (2020). "Penggunaan Model AIDA Untuk Pembentukan Konsep *Brand Photo Cabin* Pada Media Sosial Instagram". *Jurnal Seni & Reka Rancang*. Universitas Trisakti. Vol. 3 No. 1. <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jsrr/article/view/8299/5957>
- Jannah, Afridatul, Deddy Satria, M & Dwi Fitri. (2023) "Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @grosirshop_stuff Dalam Promosi

- Penjualan”. *Jurnal Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial dan Humaniora*.
<https://scholar.google.com/citations?user=oLuBP2kAAAAJ&hl=id>.
- Juliano, Sangra Prakoso, Desayu Eka Surya & Rismawaty. (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi (*Welcome To The World Of Communications*). Bandung: Rekayasa Sains.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 5 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
(2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, N et al. (2022). “Penerapan *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan”. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6753835>
- Lexy, J. Moleong. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Michael, Huberman & Matthew Milles. (1984). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Musay, F. P. (2022). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*.
<https://doi.org/10.30829/ajei.v7i1.10586>
- Nanda, Sefti Catur. (2022). Analisis *Marketing Communication* dalam Membangun *Brand Image* melalui Sosial Media Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL*. Universitas Mulawarman. Vol. 10 No. 2.
<https://ocs.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/view/8337/pdf>
- Novianti, Kurnia. (2023). “Peran Media Sosial Instagram Dalam Membangun *Brand Image* UKM *Gentle Baby*”. Skripsi. Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi. Universitas Semarang: Semarang
- Putri, Silfia Harfiani. (2022). “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* MS Glow”. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Riau: Pekanbaru
- Rangkuti, Freddy. (2009). *The Power Of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rijali, Ahmad. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Vol. 17.
<https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Surya, Muhammad. (2024) “*Brand Image* Pada Desain *Cup* Minuman Dalam Membangun Citra *Coffee Shop* di Kota Lhokseumawe”. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Malikussaleh: Lhokseumawe.
- Shimp, Terence. (2003). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Wijoyo, Agung et. al. (2022). Kedai Kopi Modern (Perancangan Bisnis Kedai Kopi). *Jurnal Ilmu Komputer dan Science*. Universitas Pamulang. Vol. 1 No. 12.