

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, U. A. (2019). Penentuan Strategi Pemasaran Produk Pakaian Brand Lawar Dalam Mempertahankan Eksistensi Clothing Line di Kota Pontianak. *Jurnal TIN Universitas Tanjungpura*, 3(1).
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Publiciana*, Vol. 9 No., 140– 157.
- Cornellin, E. (2019). *Komunikasi Pemasaran Brand Lokal Kepada Masyarakat Indonesia (Studi Pada Beras Sikoki)*. (Doctoral dissertation, Universitas Tarumanagara).
- Febriani, M. (2014). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Image Pada Media Sosial Twitter @PekanbaruCo. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, Volume. 1.
- Karman, K. (2014). Riset Penggunaan Media Dan Perkembangannya Kini. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17(1), 93. <https://doi.org/10.31445/jskm.2013.170106>
- Karunia, H. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial :Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1),92–104.
- Nerissa, S. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Membangun Brand AWARENESS (Studi Kualitatif Pada Akun Instagram@ localprideindonesian)*. (Doctoral dissertation, UPN" VETERAN" JATIM).
- Putri, R. F. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia Yang Mendunia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 213-220.
- Sriwahyuni, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Pada Peningkatan Pendapatan Brand Baju Clothing Pontianak.. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 10(2).

- Susetyarsi, T. (2012). Membangun Brand Image Produk Melalui Promosi Event Sponsorship Dan Publisitas. *Jurnal STIE Semarang*, 4(1), 131663.
- Yogastrian, I. (2020). *Analisis Pengaruh Promosi, Influencer, dan Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu (Study Kasus pada Sepatu Brand Lokal)*. (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Adam, A. R. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Persib Bandung Dalam Membangun Brand Image Sebagai Klub Sepak Bola Profesional. *eProceedings of Management*.
- Adlina, B. T. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image. *Lembaga Sertifikasi Profesi Manajemen Risiko. Prologia*.
- Aisya, S. (2023). Strategi komunikasi pemasaran The Body Shop melalui brand ambassador: Studi kasus Iqbaal Ramadhan. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*.
- Ana Ridharsi, P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Vode Streetwear. (Doctoral dissertation, Universitas Mataram).
- Destini, A. (2021)P. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Cv Anugrah Jaya Propertindo Dalam Membangun Brand Image Center Park Palembang. *Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Fatonah, N. (2023). Strategi Marketing Public Relations Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri Dalam Membangun Brand Image Sebagai Lembaga Pendidikan Islam Modern.
- Febriani, M. (2014). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand. *Fisip*.
- Febriani, M. H. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk Makassar Dalam Mempertahankan Brand Image. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*.

- Mulitawati, I. M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram@ ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*.
- Mutiasari, D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Positif Dimasa Pandemi Covid-. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Nasiha. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communications) Dalam Mengokohkan Brand Dagadu Djokdja. (*Doctoral dissertation, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*).
- Nurmelyani, N. H. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Cs Float Dalam Memperkenalkan Brand Image Di Kabupaten Labuhanbatu. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*.
- Rina, Y. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Brand Image Brownies Amanda Sebagai Kue Oleh– Oleh Bandung. *Jurnal Lingkar Studi Komunikasi*
- Rosilawati, Y. (2019). Employee branding sebagai strategi komunikasi organisasi untuk mengkomunikasikan citra merek (Brand- Image). *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Supriyanto, H. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu PT Dagadu Djokdja Dalam Meningkatkan Brand Image. (*Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional" Veteran" Yogyakarta*).