

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. 2006. Effective public relations. UK: Pearson Prentice Hall.
- Creswell W. John. 2013. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dantes, Nyoman. 2012. Metode Penelitian. Yogyakarta: ANDI
- Dodwani, B., & Agarwal, S. (Volume-6, Issue-1, 2017). Digital Branding. International Journal of Research and Development -A Management Review (IJRDMR), 31-36.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. Human Relation & Public Relation. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Gassing, Syarifuddin S. dan Suryanto. 2016. Public Relations. Yogyakarta: AndiOffset.
- Gurau, C. 2008. Integrated online marketing communication: implementation and management. Journal of Communication Management 12 (2), 169-184.
- Hamidi. 2010. Metode Penelitian Kualitatif. Malang: UMM Press.
- Kaplan, A. M. 2010. Users of The World, Unite ! The Challenges and Opportunities of Social Media. The International Journal on Media Management, 60-68.
- Kotler, P. 2009. Manajemen Pemasaran (Marketing Management) (Edisi 13). USA: Pearson Prentice Hall.
- Lenvine, Michael. 2003. A Branded word- adventures in humas and creations of superbrands. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Liliweri, Alo. 2014. Sosiologi dan Komunikasi Organisasi. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Lotta Bäck, E. I.-J. 2018. Digital Brand Management: A Company and Consumer Perspective. Arcadia Working Paper, 1-28.
- Moleong, Lexy J. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Prayudi. 2012. Humas strategik. Komunikasi UPN Press.
- Rosady, Ruslan. 2005. Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sandra, Oliver. 2007. Strategi Public Relations. Jakarta: Erlangga.
- Santoso, R. 2019. Public Relation. Surabaya: Undika Press.

Setiawan, D. 2017. Dampak Perkembangan Teknologi dan Komunikasi Terhadap Budaya. Simbolika, 62-73.

Sunarto. 2012. Humas pemerintah dan komunikasi persuasif. Bandung: Alfabeta.

Skripsi:

Anisa. 2013. Analisis Strategi Branding 212 Mart Dalam Membentuk Brand Positioning <http://repository.bakrie.ac.id/1755/>. Diakses pada 15 Januari 2021

Destarata Hamarsan Mustafa, Dr. Ike Janita Dewi, MBA. 2013. Analisis Strategi Branding Pariwisata Indonesia. http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/65724. Diakses pada 10 Januari 2021

Fini Nur Aulidia Diniarum. 2019. Strategi Branding PT. Berkah Catering Nusantara di Indonesia. http://digilib.uinsby.ac.id/29984/3/Fini%20Nur%20Aulidia%20Diniarum_B06215016.pdf. Diakses pada 17 Januari 2021

Rakha Haidar. 2019. Strategi Branding Salvadore Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Branding Salvadore dalam Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram di Kota Bandung). <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1585> Diakses pada 18 Januari 2021

Jurnal:

Erna Susanti, Dimas Perdana Oskar. 2018. Strategi Branding dalam Membangun Ekuitas Merek UMKM (Studi Kasus: Pusat Oleh-Oleh Kota Padang). <https://journals.upi-yai.ac.id> Vol 1, No.2 Diakses pada 19 Januari 2021

I Ketut Surya Diarta, Putu Widhianti Lestari, Ida Ayu Putu Citra Dewi. 2016. Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia. <https://ojs.unud.ac.id> Vol 4, No.2 Diakses pada 23 Januari 2021

Murry Harmawan Saputra, Endah Pri Ariningsih, Intan Puspitasari. 2015. Analisis Strategi Branding dan Labeling dalam Meningkatkan Daya Saing Pelaku Usaha Kecil. <http://ejournal.umpwr.ac.id> Vol 11, No. 2 Diakses pada 22 Januari 2021.

Siti Komariyah Hildayanti. 2018. Strategi Branding Usaha Kecil Industri Pempek Kelurahan 2 Ulu dan 26 Ilir Palembang Vol 1, No. 1. Diakses pada 24 Januari 2021

Online:

<https://powercommerce.asia/platform-media-sosial-dan-segmentasinya/>

<https://www.googlemaps.co.id/>.