

DAFTAR PUSTAKA

- Akay, R., Kaawoan, J. E., & Pangemanan, F. N. (2021). Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa di Bidang Teknologi Informasi di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Governance*, 1(2), 1–8.
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43– 54.
- Andri Agus, R., Ardiansyah Sembiring, M., Istaufa Arif Sinaga, M., & Royal, S. (2022). Penerapan Metode Smart Dalam Menentukan Lokasi Toko Roti. *Journal of Science and Social Research*, 4307(2), 442–449.
- Bahar, M. A. (2024). MANAJEMEN STRATEGIS EKSPANSI INTERNASIONAL UNTUK BISNIS. 1–23.
- Bahrul, M., Safar, U., & Lembah, G. (2022). *Jurnal Pendidikan dan Konseling*. 4, 2539–2546.
- Dena, F. (2023). PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN BERBASIS MASALAH MELALUI METODE DEBAT TERHADAP KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS SISWA. 28–44.
- Gelder, S. (2005). *Global Brand Strategy*. Kogan Page.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540200>
- Husnullail, M., Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Imiah. *Journal Genta Mulia*, 15(0), 1–23.
- Ita Suryani, Horidatul Bakiyah, M. I. (2020). Strategi public relations Pt honda megatama kapuk dalam costumer relations. 9, 1–9.
- Muchammad Faisal Ramadhan, & Rosyad, U. N. (2021). Strategi Branding Kopi Kewadanan dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(1), 15–21. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i1.78>
- Nabila, M. S., Made, N., Pratiwi, I., Mulyati, A., Perkembangan, F., Makanan, B., Kunci, K., Marketing, G., Ambassador, B., & Awareness, B. (2024). GREEN MARKETING,

BRAND AMBASSADOR, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN FORE COFFEE DI SURABAYA. 10(2), 50–61.

- Nur, M. (2016). Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Tradisi Ojung Pada Masyarakat Desa Tongas Kulon Probolinggo. IAIN Jember, 4(1), 1–23.
- Nuril Ayunisa, L., & Sholeh, M. (2022). Strategi Lembaga Pendidikan Formal Dalam Meningkatkan School Branding Pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan , 10(1), 59–72.
- Pradhana, Y., & Prakoso. (2023). Strategi Branding Sanggar Seni Sekar Pandan Melalui. Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media.
- Purba, B. (2020). Pengaruh Public Relations Terhadap Peningkatan Pengguna Jasa Di Bandara Internasional Kualanamu Kab. Deli Serdang. Network Media, 1(1). <https://doi.org/10.46576/jnm.v1i1.604>
- Purbobastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. Tirtayasa Ekonomika, 12(2), 212. <https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>
- Putra, Y., Santoso, P. Y., & Adhypoetro, R. R. (2021). Branding Produk Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Cyber PR, 1(1), 11–21. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v1i1.1415>
- Ramadhan, D. (2020). Strategi Media Sosial Dan Creative Branding Banyumu Dalam Membangun Brand Awareness. Jurnal Visi Komunikasi, 19(1), 86. <https://doi.org/10.22441/visikom.v19i1.9845>
- Riyono. (2018). Strategi Branding Menuju Sekolah Bermutu : Studi Multisite di SD Muhammadiyah 2 Tulangan dan SD Muhammadiyah Bangil. September. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28045.38880>
- Rusmiati², S. P. 1 dan E. T. (2021). KOMUNIKASI DAN KONSTRUKSI SOSIAL ATAS REALITAS PEREMPUAN BEKERJA DALAM PELABUHAN INDUSTRI. 1(1), 44–52.
- Shinta, A., & Putri, K. Y. S. (2021). Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Bintang Emon Pada Pengguna Instagram. Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(1), 98–122.

Ulan Rahmadhani, Dwi Purnomo, T. P. (2021). STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA STARTUP TRAFEEKA COFFEE. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 5, 377–389.

Yuri Rahmadhani. (2017). Strategi Branding Portal Online www.Tripriau.com Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Portal Online Pariwisata Provinsi Riau. *JOM Fisip*, 4(1), 1–15