

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, & David A. (1996). *Managing Brand Equity Capitalizing on The Value of A Brand Name*. New York: The Free Press.
- Alaik, S. M., Winarno, A., & Hermawan, A. (2021). STRATEGI BRANDING DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI BAGI PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PRODUK GREEN BEAN KOPI. *Jurnal Graha Pengabdian*, 3(4).
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Autar, N., Saleh, R., & Susilawati, N. (2022). Strategi Branding Qnoy Ibrahim Dalam Membangun Brand Image Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsiyah*, 1(7).
- Brogan C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. Hoboken: New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Dewi, S., Edyanto, & Siagih. (2020). The Effect Of Brand Ambassador, Brand Image, And Brand Awareness On Purchase Decision Of Pantene Shampoo In Surabaya, Indonesia. *SHS Web Of Conferences*.
- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative Methods In Social Research*. New York: Mc Graw Hill.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gelder S.V. (2005). *Global brand strategy*. London: Kogan Page.
- Hamel, Gary, & C.K Prahalad. (1994). *An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market*. PSU Research Review.
- Herdiansyah, H. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Psikolog*. Jakarta : Salemba Empat.
- Khun, T. (1970). *The structure of scientific revolutions. 2nd Edition*. Chicago Uni: The University of Chicago Press.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketings Management*. United States of America: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *A Framework For Marketing Management*. Pearson Education.
- Liedfray T, Waani F. J, & Lasut J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*.

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2013). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. USA: Sage Publications.
- Morissan. (2019). Riset Kualitatif (Suraya, F. Hamid, & E. Bassar, Eds, 1st ed, Vol. 1). *PRENADAMEDIA GROUP*.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Pengembangan Komunikasi dan Sosial*.
- N. S. (1988). *Metode Penelitian Naturalistik - Kualitatif*. Bandung.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media .
- Paramitha, & Putri, C. R. (2011). Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dalam Bidang Kuliner. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*.
- Rahmadhani, Y. (2017). Strategi Branding Portal Online WWW.TRIPRIAU.COM Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Portal Online Pariwisata. *JOM FISIP*.
- Schiffman L. G, Kanuk L. L, & Wisenblit J. (2014). *Consumer Behaviour*. London: Pearson.
- .Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Swasty, W. (2016). *Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Umar, H. (2001). *Strategi Management In Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- William, W. (1986). *Research methods in education: and introduction*. Massachusetts: Allyn and Bacon, Inc.