

DAFTAR PUSTAKA

- A'isy, Z. P. (2023). ANALISIS KONSEP ARSITEKTUR LOKALITAS PADA PERANCANGAN PASAR KREATIF JAWA BARAT. *Journal of Islamic Art and Architecture (JIAA)*.
- Anisasiwi, H. P., & Nur, F. A. (2024). Analysis of Eco-label and Natural Skincare Branding Strategy" Sensatia Botanicals" in Building Brand Awareness through Social Media. *Jogjakarta Communication Conference (JCC)*, 2(1), 94–108.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka Belajar.
- Farih, R. N. (2019). *ANALISIS POTENSI EKONOMI KREATIF BATIK DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPARATIF MASYARAKAT KABUPATEN KUDUS PADA BATIK MURIA KUDUS DAN BATIK ALFA SHOOFA KUDUS*. IAIN Kudus.
- Fattah, N., & Muliawati, N. N. (2015). *Manajemen Strategik Berbasis Nilai (Value Based Strategic Management)*.
- Fitryaningsih, F., & Mardian, I. (2022). Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Aisy Drink Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kota Bima. *Motivasi*, 7(2), 70–77.
- Ihya'Ulumuddin, D. I., Haryadi, T., & Sulistiyawati, P. (2023). Pendampingan Branding Program Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Srikandi Kelurahan Tinjomoyo Berbasis Videografi. *Abdimas Unwahas*, 8(1).
- Iskandar, M. N., & Aprilianty, F. (2021). Building an Effective Branding Strategy: A Study Case of Raiment. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(9), 569–578.

- Ismael, Z. N. (2022). Marketing strategy: The influence of corporate social responsibility on brand awareness. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 6(5), 43–52.
- Koontz, H., Donnell, C. O., & Weihrich, H. (1996). *Manajemen (Jilid 1)*. Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital* (1st ed., Vol. 1). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed., Vol. 1). Pearson Education Limited.
- Kurnia, R. S. (2021). Strategi Branding Dan Instagram Marketing Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Azka Roti. *PROSIDING SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(1), 352–357.
- Lestari, M., Ritonga, S., & Deni, I. F. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Kiis Fm Dalam Menjaga Eksistensi Pendengar Khalayak Di Kota Padang Sidempuan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(3), 1063–1072.
- Mayasari, D., Firmansyah, M. R., & Saraswati, S. (2024). Pelatihan Strategi Branding untuk Membentuk Brand Awareness Produk UMKM di Desa Belo Laut Kabupaten Bangka Barat. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 237–249.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nugraha, H. S., Ariyanti, F., & Darwanto. (2017). PENERAPAN BRANDING PADA UKM MAKANAN RINGAN DI KABUPATEN JEPARA. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 16–23.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.

- Prayoga, A. S., & Aryanto, H. (2021). Perancangan Strategi Branding CIG Hardware Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 2(2), 31–42.
- Putri, D. R. (2021). Digital marketing strategy to increase brand awareness and customer purchase intention (case study: Ailesh green consulting). *European Journal of Business and Management Research*, 6(5), 87–93.
- Rachmat, & Soetari, E. (2014). *Manajemen Strategik* (1st ed.). Pustaka Setia.
- Ramadhan, M. F., & Rosyad, U. N. (2021). Strategi Branding Kopi Kewadanan dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Riset Public Relations*, 15–21.
- Savitri, A. S. E., Widita, A., Putri, G. S., & Amalia, A. M. C. (2023). Analysis of Digital Branding Strategy on Hairen's Instagram in Increasing Awareness. *2023 International Conference On Cyber Management And Engineering (CyMaEn)*, 520–524.
- Schultz, D. (1999). *Strategic Brand Communication Campaigns*. NTC Business Books.
- Sonani, N., & Sudrajat, A. P. (2023). Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabet.
- Sujoko, M., Widodo, P., & Prihantoro, M. (2018). Strategi Komunikasi Pemberitaan Pada Penerangan KOSTRAD Dalam Mendukung Tugas Pokok KOSTRAD di Wilayah DKI Jakarta. *Strategi Dan Kampanye Militer (SKM)*, 4(2).
- Swasty, W. (2016). *randing: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Remaja Rosdakarya.
- Van Gelder, S. (2005). The new imperatives for global branding: Strategy, creativity and leadership. *Journal of Brand Management*, 12(5), 395–404.

Wheeler, A. (2009). Designing brand identity. In *Journal of the Electrochemical Society* (Vol. 129).

Wijaya, B. S. (2013). Dimensions of brand image: A conceptual review from the perspective of brand communication. *European Journal of Business and Management*, 5(31), 55.