

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Buchari, A. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers
- Docherty, C. (2012). *Branding Agricultural Commodities: The Development Case for Adding Value through Branding*. International Institute for Environment and Development/Sustainable Food Lab.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik*. Bumi Aksara
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Salemba Humanika
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2019). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th Edition). Sage Publications
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke-38. Remaja Rosdakarya
- Patton, M. Q. (2009). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Pustaka Pelajar
- Saladin, D. (2003). *Intisari Pemasaran*. Linda Karya
- Swastha, B. & Sukotjo, I. (2002), *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset
- Wijaya, B. S. (2014). *Appsography: Metode Etnografi untuk Praktik Kultural Penggunaan Aplikasi Digital Sehari-hari*. UB Press
- Wijaya, B. S. (2019). *Riset Komunikasi Merek*. UB Press

Wijaya, B. S. (2020). *Consumer Ethnography*. UB Press

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill.

Jurnal dan Prosiding

Bachri, B. S. (2010). Menyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46-62.

Diarta, I. K. S., Lestari, P. W., & Dewi, I. A. P. C. (2016). Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 4(2), 170-187.

Iversen, N. M. & hem, L. E. (2008). Provenance associations as core values of place umbrella brands: A framework of characteristics. *European Journal of Marketing* 42(5/6), 603-626. <http://dx.doi.org/10.1108/03090560810862534>

Lubenov, L. (2015). Branding Agricultural Products. *Economic Studies Journal*, 4, 138-159. <https://ideas.repec.org/a/bas/econst/y2015i4p138-159.html>

Maulana, S. M., Susilo, H. & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1-9.

Nurjati, E. (2021). Peran dan Tantangan E-Commerce Sebagai Media Akselerasi Manajemen Rantai Nilai Produk Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 39(2), 115-133

Pyzhikova, N., Smirnova, T., Chepeleva, K., & Shmeleva, Z. N. (2020). The Brand as A Tool For Agricultural Products Promotion In The Region. *Advances in Social Science, Education And Humanities Research*, 392, 178-184. <http://doi.org/10.2991/assehr.k.200113.036>

- Sun, Y. (2017). Research on Brand Building Strategy of Agricultural Products. *Advances in Social Science, Education And Humanities Research*, 101, 182-185. <https://dx.doi.org/10.2991/icemct-17.2017.86>
- Wijaya, B. S. (2013). How 'Deep' is Your Brand? The Hierarchical Effects Model of Emotional Branding. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 3(2), 158-169. <https://doi.org/10.36782/jcs.v3i2.1974>
- Wijaya, B. S. (2019). Branding: Representation, Communication, and Simulation. *Jobmark: Journal of Branding and Marketing Communication*, 1(1), 1-8. <https://doi.org/10.36782/jobmark.v1i1.149>
- Wijaya, B. S. (2021). Agricultural Branding Practices and Potentials in Indonesia: From Traditional to Digital. *Jobmark: Journal of Branding and Marketing Communication*, 2(2), 188-201. <http://doi.org/10.36782/jobmark.v2i2.155>
- White, M. R., Pay, C. J., & Zwart, A. C. (1996). The Role and Importance of Branding. *Proceeding of The New Zealand Marketing Educators' Conference*, November 1995. Lincoln University

Skripsi/Tesis/Disertasi dan HaKI

- Herman, A. S. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Organik Melalui Media Sosial Instagram Di Sayurbox Jakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Lutfin, C. F. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop" Grey Kosmetik" Di Akun Shopee* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Nisa, K. R. (2021). *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Pt. Kreasi Nostra Mandiri Pada Masa Pandemi Covid-19* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Wijaya, B. S. (2016, October 16). Appsnography (Metode Penelitian Appsnografi). *ID Patent No. 000344685*. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Republik Indonesia.

<https://pdkiindonesia.dgip.go.id/detail/EC00202229125?type=copyright&keyword=Appsnoigraphy>

Wijaya, B. S. (2018, August 3). Modul Petunjuk Praktikum Consumer Appsnoigraphy (Appsnoografi Konsumen). *ID Patent No. 000370376*. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Republik Indonesia. <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/detail/EC00202254643?type=copyright&keyword=consumer+appsnoigraphy>

Internet

Anwar, M. C. (2021). *Tak Sebut PSBB Total, Ini Aturan PSBB Anies Mulai Besok*. CNBC. <https://indonesiabaik.id/index.php/infografis/beda-psbb-dan-psbm-dalam-pengendalian-covid-19>

Dwinanda, R. (2020, April 13). *Sayurbox: Permintaan Produk Pertanian Naik Lima Kali Lipat. Diakses 11agustus 2020*. Republika.co.id <https://republika.co.id/berita/q8p8i8414/Sayurbox-permintaan-produk-pertanian-naik-lima-kali-lipat>.

Suryanto, V. (2020, April 25). *Peluang Usaha di Tengah Pandemi, Penjualan Sayuran Online Melonjak*. Kompas. <https://money.kompas.com/read/2020/04/25/123300926/peluang-usaha-di-tengah-pandemi-penjualan-sayuran-online-melonjak?page=all>.

Pratama, G. (2022, August 4). *Gaptek, Tak Bisa atau Tak Terbiasa? Digital Bisa*. <https://digitalbisa.id/artikel/gaptek-tak-bisa-atau-tak-terbiasa-1EeuN>