

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, L. (2018). *Konsistensi identitas merek dalam strategi pemasaran*. Jurnal Pemasaran Indonesia, 6(3), 345-358.
- Cecilia Marvelyn, Ir. Dergibson Siagian, M.M. (2020). Pengaruh *Brand Identity* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Image* dan *Brand Trust* Yamaha Motor. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Metode komunikasi kualitatif dengan kuesioner *online*.
- Christianto. (2019). Perancangan *Brand Identity* untuk Jasa Toys & Diorama "HITOMEG". Universitas Ciputra.
- Fongo, P., Fanggidae, R. E., & Fanggidae, R. P. (2019). Pengaruh *Storytelling* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja *Online* Tokopedia. Seminar Nasional Manajemen Bisnis (pp. 8-21). Bali: APSMBI
- Fog, K., Budtz, C., & Yakaboylu, B. (2010). "*Storytelling Branding in Practice*." Denmark: Narayana Press
- Gioglio, J., dan Walter, E. (2018). *The Laws of Brand Storytelling: Win—and Keep—Your Customers' Hearts and Minds* (1st ed.). McGraw-Hill Education.
- Gultom, & Wulan, N. S. (2014). Analisis pembentukan *corporate brand*, *brand identity* dan *brand awareness* melalui *online branding* (studi kasus Jakarta Post Travel) = *Analysis formation process of corporate brand, brand identity and brand awareness through online branding (casestudy)*. Universitas Indonesia.
- Handy Martinus & Fachmi Chaniago. (2017). *Analysis of Branding Strategy Through Instagram With Storytelling in Creating Brand Image on Proud Project*. Humaniora, Vol. 8 No. 3. Deskriptif kualitatif.
- Keller, K. L. (2016). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson.
- Kennedy, John E. dan Dermawan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication: Taktik & Strategi*. Jakarta: PT Buana Populer kelompok Gramedia.

- Kotler & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. 2009.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kwandy, C. O. Saragih, H. S. (2021). Pengaruh *Brand Story Telling* dalam Pembentukan *Brand Loyalty* dan WOM pada Brand Socendate. *Kajian Branding Indonesia*, 3(2), 160–171. <https://doi.org/10.21632/kbi.3.2.160-171>
- Lily Anita, T., & Sukma Lestari, N. (2020). Konsep *Brand Storytelling*, *Value Perceptions* Dan *Visit Intention* Pada Kawasan Tujuan Wisata Di Jakarta. *Jurnal IPTA*, 8(2), 281. <https://doi.org/10.24843/ipta.2020.v08.i02.p13>
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Martinus, H., & Chaniago, F. (2017). *Analysis of Branding Strategy through Instagram with Storytelling in Creating Brand Image on Proud Project*. *Humaniora*, 8(3), 201. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v8i3.3678>
- McDougal, E. R., Syrdal, H. A., Gravois, R., & Kemp, A. (2021). Telling the tale: applying a strategic brand storytelling process for STP planning. *Journal of Strategic Marketing*, 31(7), 1296–1316. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2021.1892803>
- Megantari, I. (2018). Pengaruh identitas merek terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 255-267.
- Moleong, J Lexy. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, J Lexy. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Morrisan, M. . (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Pangestu, D., & Sunarya, R. (2022). Strategi pengembangan brand identity dalam industri *fashion*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 102-117 Persaingan. Malang: Banyumedia

- Putri Bela Islami, Edwin Rizal, Slamet Mulyana. (2024). Strategi Pengembangan *Brand Identity* dalam Industri *Fashion Brand* HIRKA Shoes. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 12 Issue 2, Pages 505-518. Kualitatif studi kepustakaan.
- Rahayu, W. S. B., & Pradana, B. I. (2016). Penggunaan *Storytelling* Dalam Iklan LINE Webtoon Pada Sikap Pengguna. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5 (2).
- Rahmawatingtyas, E. (2020). Penerapan *Storytelling* Penggalan Kisah Soekarno Melalui Bimbingan Kelompok untuk Meningkatkan Tanggung Jawab Sosial Siswa Kelas VIII SMP Negeri 2 Kademangan. *Foramadiahi: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Keislaman*, 12 (1), 41.
- Rusman, K., Warouw, D.M., & Pasoreh, Y. (2015). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Pt. Pokphan Luwuk Sulawesi Tengah.
- Smith, D., & Taff, L. (2018). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Routledge.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D. Bandung: Alfabeta.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta . Kwik Kian Gie School of Businnes
- Trisakti, F. A., & Alifahmi, H. (2018). *Destination Brand Storytelling: Analisis Naratif Video The Journey to A Wonderful World* Kementerian Pariwisata. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v7i1.9692>
- Van Wyk, H., & Du Plessis, C. (2023). *Driving political issues with political brand storytelling on social media: an online brand persona perspective*. *Communicare: Journal for Communication Studies in Africa*, 42(1), 113–125. <https://doi.org/10.36615/jcsa.v42i1.2182>
- Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team (4th ed.)*. Wiley.