

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ainurrofiqin, Moh. (2021). *99 Strategi Branding Era 4.0*. Yogyakarta:Quadraant.
- Bagea, I & Bakar, A. Meode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Campuran, R&D. Azka Pustaka.
- Balmer, J. M. T., Powell, S. M., Kernstock, J., & Brexendorf, T. O. (n.d.). *Advances in Corporate Branding*. <http://www.springer.com/series/15099>.
- Chalil, D, Hamid, A, Sari Puspita, S.E, M.Bus & Ulya, Z. (2021). *Brand Islamic Branding & Rebranding (Pesan Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global)*. Rajawali Pers: Depok
- Chandra, G & Tjiptono, F, Ph. (2017). Pemasaran Strategik (Mengupas Pemasaran Strategik, *Branding Strategy*, Strategi Kompetitif hingga *E-Marketing*). Andi: Yogyakarta
- Cholil, A, M. (2018). *101 Branding Ideas (Strategi Jitu Memenangkan Hati Konsumen)*. Anak Hebat Indonesia.
- Cornelissen, J. 2021. *Corporate Communication A Guide to Theory & Practice*. Sage. California
- Desmora Mahpudin, T., Nursanti, S., Rifai, M., Singaperbangsa, U., & Abstract, K. (n.d.). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Corporate Branding. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Mei, 2023(9)*, 292–301. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7951770>
- Dr. Dra. Ulani Yunud, M. M. M. A. S. Kom, M. M. S. R. S. Sos, M. S. (2017). *Advertising & Branding*. Edu Pustaka.
- Faridha, S. (2017). Pengaruh Corporate Branding Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Kota Banda Aceh. In *Jurnal Manajemen dan Inovasi* (Vol. 8, Issue 2).
- Hatch, M., & Schultz, M. (2003). Bringing the corporation into corporate branding. *European Journal of Marketing*, 37, 1041–1064. <https://doi.org/10.1108/03090560310477654>
- Mardiyanto, D. (2019). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo)* (Vol. 03, Issue 01).
- Majken Schultz, Y. M. A. F. F. C. (2005). *Corporate Branding Purpose/people/process: Towards the Second Wave of Corporate Branding*.

- Nurfuadah, U. W., Widjajanta, B., & Dirgantari, P. D. (n.d.). *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* 22 (1) (2022) 90-93 *Strategi corporate branding dalam meningkatkan brand equity pada pelanggan indihome di indonesia*. [www.databooks.kadata.co.id](http://www.databooks.kadata.co.id),
- Nurul Azizah, P., Wiwitan Prodi Hubungan Masyarakat, T., & Ilmu Komunikasi, F. (n.d.). *Strategi Brand Activation dalam Meningkatkan Corporate Branding di Garis Temu*. <https://doi.org/10.29313/v0i0.28719>
- Prastowo, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Ar-Ruzz Media: Yogyakarta.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1).
- Rahmadi, S. Ag., M. Pd. I. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Rahmawati, Y., Hanum, A., & Hariyati, F. (2022). *Komunikasi Corporate Branding Licin Love melalui Program "Limbah Jelantah."* *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 13(2), 214. <https://doi.org/10.31506/jrk.v13i2.16981>
- Saputra Siregar, F., Purnama, H., Parsono, S., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2023). *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR) Pengelolaan Branding Perusahaan di Media Sosial Melalui Pendekatan Content Marketing*. In *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)* (Vol. 1, Issue 2). <https://journals.telkomuniversity.ac.id/IJDPR>.
- Vildayanti, R, A. (2020). Analisis Strategi Marketing Mix (4p) Dalam Meningkatkan Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Periklanan Bigevo Di Jakarta Selatan Tahun 2019. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* (Vol, 3).
- Wahyudin, R., & Zaky Mubarak Lubis, M. (2023). Analisis Strategi Promosi dan Branding Perpustakaan Universitas Andalas melalui Media Sosial. In *Jurnal Kajian Kepustakawanan* (Vol. 5, Issue 1). Online.