

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi 5). Jakarta: Erlangga.
- A.B. Susanto dan Hilmawan Wijanarko. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika Jakarta.
- Aaker, D.A. "Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name." *Journal of Marketing Research*, Vol. 36 (1), 45-47.
- Agus Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Erlangga.
- Aji, F. H. 2015. *Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Awareness Dan Brand Satisfaction Brotherwood Decoration Surabaya*. Program Manajemen Pemasaran: Universitas Kristen Petra.
- Alfian B. 2012. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova PT Hadji Kalla Cabang Polman*. Skripsi: Universitas Hasanudin.
- Apriayugo, Galih. *Analisis Pengaruh Advertising dan Public Relations Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Binus University Business School. *Brand Image*.
- Christiani Erlin, Theresia. 2020. *Analisis Strategi Media Sosial dalam Membangun Brand Image (Studi Pada Instagram Fuji Film Indonesia)*. Jakarta: Jurnal Visi Komunikasi.
- Cindy. 2020. *Kekurangan dan Kelebihan Social Media Marketing*. Teaching and Learning | Information System Laboratory, Binus University.
- Durmaz, Y., Cavusoglu, S., & Ozlem, O. 2018. *The Effect of Brand Image and Brand Benefit on Customer Loyalty: The Case Of Turkey*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 531.
- Dwiyono, P. 2018. *Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @dailymanly)*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____. 2011. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pert. Malang: Bayu Media Publishing.

- Febriani, M. 2014. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Pada Media Sosial Twitter @PekanbaruCo. JOM FISIP Vol. 1 No. 02.
- Frank Jefkins, Periklanan Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Frank Jefkins. 1997. Periklanan Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Ghazali, Z. 2015. Perancangan Visual Branding Kawasan Agrowisata Condet. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Husein, Umar. 2010. Riset pemasaran dan bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta: Erlangga.
- Kertamukti, Rama. 2015. Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler Philip. 2008. Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2000. Prinsip–Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta: Prenhalindo.
- Lukitaningsi, Ambar 201. Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. Yogyakarta: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan.
- Mega Febriani. 2014. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image pada Media Sosial Twitter @PekanbaruCo
- Monle, Lee. and Johnson Carla. 2004. Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global. Jakarta: Prenada.
- Morianty. S., Mitchell. N. & Wells. 2009. Advertising. Jakarta: Kencana.
- Moriarty Sandra, Nancy Mitchell, William Wells. 2015. Advertising & IMC, Principles & Practice (10th Edition). USA: Pearson Education.
- Muniroh, L., Hurriyaturrohman, & Marlina, A. (2017, September). Manfaat Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Tas Pada Pengrajin Tas Di Ciampea. Jurnal Ilmiah Inovator, Univesitas Ibn Khaldun Bogor.
- Nurfebiaraning, Sylvie. Strategi kreatif Pesan Video Advertising “Oreo Penuh Keajaiban” pada Youtube. Bandung : Universitas Telkom.
- Perdana Canggih, Cipta. Analisis Penetapan Periklanan, Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat terhadap Keputusan Beriklan di Madama Radio. Makassar: Universitas Muslim Indonesia.
- Philip Kotler. 2002. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaa, Implementasi dan Kontrol Edisi 9 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Prenhlmind.
- Purbohastuti, A. W. 2017. Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. Tirtayasa Ekonomika Vol. 12, No. 2.

- Puspitasari, H. 2013. Penguatan Identitas Perusahaan Sebagai Strategi Pembentukan Citra. Skripsi: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Rangkuti, F. 2004. *The Power Of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rhenald Kasali. 1995. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Grafiti.
- Roger A. Kerin, dkk. 2011. *Marketing*. New York: McGrawa-Hill Irwin.
- Sindang, E. 2013. *Manfaat Media Sosial Dalam Ranah Pendidikan dan Pelatihan*. *Jurnal Wahana Akademika* Vol 18.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 3 No. 1, Hal 135-144.
- Tafesse, W., & Wien, A. 2018. *Implementing social media marketing strategically: an empirical assessment*. *Journal of Marketing Management*.
- Terence A. Shimp. 2003. *Periklanan: Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Untari, D. D. 2016. *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indihone pada PT Telkom Langsa*. Skripsi: Universitas Medan Area.)
- Wahab, Abdul. *Analisis Strategi Iklan di Media Sosial untuk Meningkatkan Efektifitas Penjualan (Studi Kasus PT Ws Jakarta)*. Jakarta: Jemi.
- Wells William, Sandra Moriarty, John Burnett & Mary Lwin. 2007. *Advertising, Principles and Effective IMC Practice*. Singapore: Pearso Prentical Hall.
- Wells, S., & Moriarty, B. 2008. *Advertising: Principles and Practice*. London: Prentice-Hall.
- Yusup, Muhammad. 2011. *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- (<https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/03/27/brand-image/> diakses 15 April 2022 Pukul 16.19 Wita.

LAMPIRAN

PROFIL PENULIS



Nama : Andi Mohamad Kemal P

NIM : E021171320

Tempat, Tanggal Lahir : Makassar, 3 juni 1999

Alamat : Jl. Toddopuli 10 Komp Grand Sulawesi C7

Nama Ayah : Thaufik Jaya Palaguna

Nama Ibu : Nixia Tenriawaru Gany

Riwayat Pendidikan:

1. SD Kartika Wirabuana XXI
2. SMP Negeri 03 Makassar
3. SMA Negeri 02 MAKASSAR
4. Universitas Hasanuddin

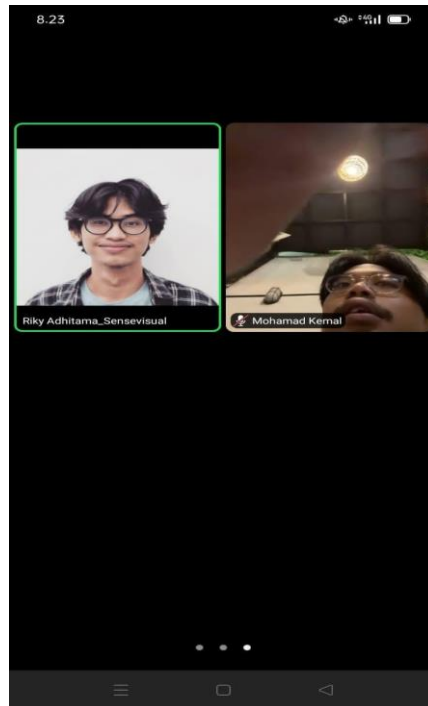
DOKUMENTASI



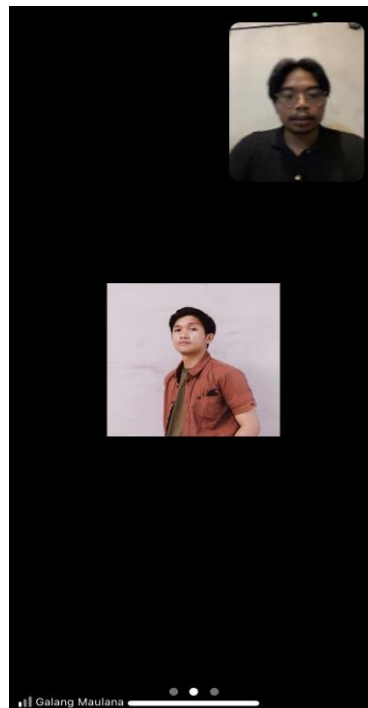
Pasca Wawancara Bersama Muh Kahfi (Fotografer)



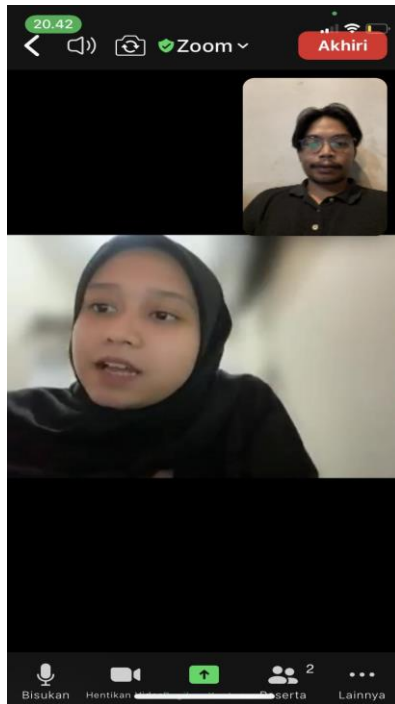
Pasca Wawancara Bersama Adi Rais (CEO Sense Visual)



Proses Wawancara Online Via Zoom Bersama Riky Adhitama (Desainer)



Proses Wawancara Online Via Zoom Bersama Galang Maulana (Videografer)



**Proses Wawancara Online Via Zoom Bersama Narishya Fakhriyyah
Ridhayani (Copywriter)**