

DAFTAR PUSTAKA

- Amita Etzioni, Suryatim (Penerjemah). 1982. *Organisasi-Organisasi Modern*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya, & Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Bambang D. Prasetyo & Nufian S. Febrianti. 2020. *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- bappelitbangda.sulselprov.go.id
- Boone, Louis E dan Kurtz, David L. 2002. *Pengantar Bisnis. Jilid ke-1*. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo.
- Deegan, Craig. 2004. *Financial Accounting Theory*, New South Wales: McGraw-Hill Australia.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Estaswara, Helpris. 2010. *Stakeholder Relation*. Jakarta: Universitas Pancasila.
- Fahham, Achmad Muchaddam. 2020. *Pendidikan Pesantren: Pola, Pengasuhan, Pembentukan Karakter, dan Perlindungan Anak*. Jakarta: Publica Institut
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firdaus. 2008. *Strategi Komunikasi dan Landasan Teori*. Bandung: Bumi Aksara.
- Gelder, S.V. 2005. *Global Brand Strategy*. London: Kogan Page.
- Handoko, Freddy. Dkk. 2016. *Pengembangan Potensi Wisata Berbasis Brand Destination*. Conference on Management and Behavioral Studies.
- Handoko, T. Hani. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2009. *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung: ALFABETA.
- Ilanah, A., & Suprayogi, M. N. (2022). *Gambaran Kesejahteraan Subjectif Santri di Masa Pandemi COVID-19*. Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS), 4(3), 189-195
- Jatmiko, Rohmad Dwi. 2003. *Manajemen Strategik*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Kahar, R. 2021. *Pemanfaatan Sistem Informasi Sebagai Sarana Interaksi Dalam Pengambilan Keputusan: (Studi Kasus Penetapan Peserta Sertifikasi Guru Pada Seksi Pendidikan Agama Islam Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik)*. PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik (e-ISSN: 2797-0469), 1(01), 59–72.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public relations: konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Jakarta ; pustaka utama graffiti.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi 13, Jilid.1*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Landa, Robin. 2006. *Designing Brand Experiences*. Thomson Delmar Learning.
- Lavidge, Robert J. & Gary A. Steiner. 1961. *A Model for Predictive Measurements of Advertising Effectiveness*. *Journal of Marketing*, 25(October):59-62.
- McNally, D., & Speak, K. D. 2004. *Be Your Own Brand: Resep Jitu Meraih. Personal Brand yang Unggul*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mudjiono, Yoyon. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Surabaya : Dakwah Digital Press.
- Mulitawati, I, & Retnasary, M. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun Instagram @ahlinyaobatmaag)*, 4(1), 23-38.
- Mulyana, Deddy and Rakhmat, Jalaluddin. 1990. *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Mulyono. 2008. *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ramadhani, Rachmawati Annisaa. 2022. *Pengaruh Teknologi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal*. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang berinvestasi Periode 2020/2021. S1 thesis: Universitas Jambi.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated. Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rankin et al. (2018). *Contemporary Issues In Accounting Second Edition 414*. Jhon
- Rohmi, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan aplikasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Rosadi, Rahmad. 2011. *Pendidikan Islam Dalam Perspektif Kebijakan Pendidikan Nasional*. Jakarta: Penerbit.
- Schultz, D.E.& Bames, B.E. 1999. *Strategic Brand communication Campaigns*. Illionis: NTC Business Books.
- Simon.2007. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*.USA: Palgrave Macmillan.
- Sondang S.P. 1992. *Fungsi-Fungsi Manajerial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi. Offset, Yogyakarta.
- Ulum, I. 2017. *Intellectual Capital: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan dan Kinerja*. Organisasi. UMM Press
- Wibowo, dkk. 2018. *Branding Desa Wisata*. Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta.
- Wiley and Sons Ltd, Australia.

