

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

- Akhmad Mahfudz, N. . 15730123. (2020). *STRATEGI BRANDING DALAM MEMBANGUN CITRA TPA PERCONTOHAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (Studi Deskriptif Kualitatif TPA Anwar Rasyid Gondokusuman Kota Yogyakarta)*. 119. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/44097/>
- Amanah, R. H. (2022). Pengaruh Brand Personality terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Produk Kosmetik Somethinc. *Komversal*, 4(2), 148–163. <https://doi.org/10.38204/komversal.v4i2.1027>
- Anggraini, D. T. (2019). *Pembelian Konsumen Dalam Memilih Minuman Pengganti Ion Tubuh / Isotonik Merek Mizone*.
- Arifin, S. (2019). Penanaman Karakter Islami Berbasis School Branding di SMPN 3 Slahung Ponorogo. *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam*, 8(2), 324–337. <https://doi.org/10.24042/alidarah.v8i2.3423>
- Ayunisa, L. N., & Sholeh, M. (2022). Strategi Lembaga Pendidikan Formal Dalam Meningkatkan School Branding Pada Masa Pandemi Covid-19. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10, 59–72.
- Azizah, Y., & Halwati, U. (2023). Strategi Branding Sekolah dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat. *DIRASAH: Jurnal Study Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 1–6. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/dirasah>

- Budiarti, E., Anggreini, D., Susanti, D. A. P., Damayanti, Y., & Yunita, Y. (2023). Strategi Branding Sekolah dalam meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Indonesia. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3568–3576. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.2074>
- Damayanti Eca. (2020). *Strategi Branding Merpati Putih Wedding Organizer*.
- Fradito, A. (2016). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Multikusus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2). In *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Multikusus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2)*.
- Fukuda, T., Baba, K. I., & Shimojo, S. (2012). VALIDITAS DAN RELIABILITAS DALAM PENELITIAN KUALITATIF Yati. *2012 International Conference on Photonics in Switching, PS 2012*.
- Gugat, T. D., & Amri, A. (2023). Analisis Sayembara Logo BNI Life 24 Tahun sebagai Dasar Putusan Pemenang dengan Metode Skoring. *Jurnal Desain*, 10(2), 400. <https://doi.org/10.30998/jd.v10i2.15987>
- Hasan, A. M., & Maunah, B. (2024). *STRATEGI LEMBAGA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN SCHOOL BRANDING*. 2(1), 101–105.
- Irawati, D., Natsir, N. F., & Haryanti, E. (2021). Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme dalam Perspektif “Epistemologi Islam.” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(8), 870–880. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i8.358>

- Jamaluddin, M. B. (2020). "Strategi Branding Di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh (Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap." IAIN Purwokerto. *Skripsi*.
- Jenni, J., Murhadi, W. R., Manajemen, M., Bisnis, F., & Surabaya, U. (2024). *Formulasi Strategi OCBC dalam Menghadapi Daya Saing Perbankan OCBC 's Strategy Formulation in Facing Banking Competitiveness*. 15(225), 396–413. <https://doi.org/10.33059/jseb.v15i2.9777>.Article
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. Bin. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>
- Kurniasari, N. D., & Arkansyah, M. (2018). Penggunaan Saluran Komunikasi Dan Minat Wisatawan Berkunjung Ke Wisata Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pamator*, 11(1), 42–51. <http://journal.trunojoyo.ac.id/pamator>
- Kusno, F., Radityani, A., & Kristanti, M. (2007). Analisa Hubungan Brand Strategy Yang Dilakukan Goota Japanese Charcoal Grill and Cafe Dan Brand Equity Yang Sudah Diterima Konsumen. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3(1), 43–55. <https://doi.org/10.9744/jmp.3.1.43-56>
- Laksono, Y. T. (2023). Analisis Brand Communication Sebagai Peningkatan Local Product Placement Oleh Creativepedia. *Sintesa*, 2(02), 93–112. <https://doi.org/10.30996/sintesa.v2i02.8686>
- Marvelyn, C. (2020). Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui

- Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(4), 923–937.
- Mawarni, & Lubis, Z. (2023). Tagline, Desain Kemasan Dan Kualitas Produk, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan. *Jurnal Manajemen Diversitas*, 3(2), 58–71.
- Mujib, fathul, & Saftiningsih, tutik. (2020). *School Branding: Strategi di Era Disruptif* (bunga sari fatmawati (ed.)). PT Bumi aksara.
- Pohan, Z. (2018). Peran Humas (Public Relathions). *Jurnal Sintesa: Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan*, 18(1), 103–110.
- Prastari, A. (2024). Membangun Brand Positioning Melalui Komunitas Daring. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 5(1), 19–24.
<https://doi.org/10.31294/jpr.v5i1.3350>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Ratnasari, E. (2020). Upaya Peningkatan Profitabilitas Usaha. *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang.*, 18(1), 25–34. <https://doi.org/10.51826/fokus.v18i1.393>
- Sari, W. P., & Soegiarto, A. (2017). FUNGSI DAN PERAN HUMAS DI LEMBAGA PENDIDIKAN. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 51–66.
<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
<http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>

i.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1

Susanto, D., Ristina, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>

Susi, T. (2012). Kajian Strategi Marketing the Peak At Sudirman. *Jurnal Perspektif Arsitektur*, 7(2), 44–50. www.wikipedia.com

Syakur, A., & Panuju, R. (2020). Peran Strategis Public Relation dalam Pengembangan Reputasi Pendidikan Tinggi: Studi Kasus Promosi di Akademi Farmasi Surabaya. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 5(1), 128. <https://doi.org/10.28926/briliant.v5i1.439>

Syaroh, M., & Lubis, I. (2020). Komunikasi Antarpribadi Guru Dan Siswa Dalam Mencegah Kenakalan Remaja. *Jurnal Network Media*, Vol: 3 No.(1), 95101.

Tafarannisa, M. A., Nursilah, N., & Haerudin, D. (2021). Manajemen Event Choreonite Vol. 9: Time To Bloom Di Masa Pandemi Covid- 19. *Jurnal Seni Tari*, 10(2), 168–175. <https://doi.org/10.15294/jst.v10i2.50272>

Tias Putri Utaminingsih. (2020). *Strategi Branding Sekolah Menengah Kejuruan Smk It Smart Informatika Dan Smk Muhammadiyah 4*.

BUKU

2. Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. rajawali pers.

Hariyanto, D. (n.d.). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (F. A. Darma & D. M. Utomo

(eds.); p. 32). UMSIDA Press.

Haryanto, D. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (F. Adi Darma & D. M. Utomo (eds.)). UMSIDA Press.

Gelder, S. Van. (2005). *Global Brand Strategy* Gelder, S. Van. (2005). *Global Brand Strategy* (F. Tjiptono (ed.)). Kogan. <https://books.google.co.id/books?id=fK9BvGXgGiEC&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false> (F. Tjiptono (ed.)). Kogan. <https://books.google.co.id/books?id=fK9BvGXgGiEC&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Revisi Cet). PT Remaja Rosdakarya.

Sinduwiatmo. (2018). *MANAJEMENT PUBLIC RELATION*. UMSIDA PRESSJl.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (yustiani sofia Suryandari (ed.); 3rd ed.). Alfabeta.

Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi* (D. Darmawan & N. Nur (eds.)). PT Remaja Rosdakarya.