

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, H. (2017). *Purposive Sampling – Pengertian, Tujuan, Contoh, Langkah, Rumus*. Statistikian. <https://www.statistikian.com/2017/06/penjelasan-teknik-purposive-sampling.html>
- Basuki, S. (2006). *Metode Penelitian*. Wedatama Widya Sastra.
- Canva, T. (n.d.). *Arti Warna dan Symbolisme Bagaimana Menggunakan Kekuatan Warna pada Merek Anda*. Canva.Com. https://www.canva.com/id_id/belajar/arti-warna-dan-simbol-dari-merk/
- Chernatony, D. (2001). *From Brand Vision to Brand Evaluation*. Butterworth & Heinemann.
- Daya, T. P. (2021). *Pengertian Brand dan Strategi Branding Produk yang Benar*. Daya. <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/operasional/pengertian-brand-dan-strategi-branding-produk-yang-benar>
- Fatmawati. (2009). BAB_III E Fatmawati. 2013. *Pendidikan Dan Kebudayaan*, 5, 27–42. file:///D:/SRI AGUSTINA/Wisuda thn 2020 , sidang tahap awal/wisuda 2020/1984.pdf
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Issue June).
- Gondokusumo, R. (2014). 5 Ways to Increase Your Sales Through Branding And Marketing. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- H. Abdurrahmat Fathoni. (2006). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. 149.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus - Kasus Pilihan*. CAPS.
- Hatch MJ, S. M. (2001). *Are The Strategic Strats Aligne for Your Corporate Brand*. Havard Business Review.
- Jember, U. (n.d.). *UNMUH JEMBER*. <http://www.unmuhjember.ac.id/id/>
- Jember, U. P. U. (n.d.). *UPT Penerimaan Mahasiswa Baru*. <http://uptpmb.unmuhjember.ac.id/>
- Jo Hatch, M., & Schultz, M. (2003). Bringing the corporation into corporate branding. *European Journal of Marketing*, 37(7/8), 1041–1064. <https://doi.org/10.1108/03090560310477654>

- Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1 Ed). Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Prehalindo.
- Kotler, P. (2005). *Managemen Pemasaran* (edisi kese). PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Landa, R. (2006). *Designing Branding Exoeriences*. Thomson Delmar Learning.
- MB, M. (2005). *Qualitative Data Analysis* (terjemahan). UI Press.
- Mekari. (n.d.). *Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya yang Harus Anda Ketahui*. Jurnal Entrepreneur. <https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/>
- Mudjia, R. (2011). *Teknik Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*. GEMA, Media Informasi Dan Kebijakan Kampus. <https://www.uin-malang.ac.id/r/110601/metode-pengumpulan-data-penelitian-kualitatif.html>
- Nana, S. (1989). *Dasar - Dasar Proses Belajar Mengajar*. Sinarbaru.
- Pahlevi, T., Rossy, B., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2015). Peran Public Relation (Pr) Dalam Mengkomunikasikan Corporate Sosial Responsibility (Csr) Sebagai Pembangun Citra Positif Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan ...*, September, 59–70. <https://jurnal.uns.ac.id/snpap/article/viewFile/26532/18898>
- Pengetahuan, S. (n.d.). *Pengertian Branding Menurut Ahli, Fungsi, Tujuan, Unsur & Jenisnya*. Seputarpengertian.Co.Id. <https://www.seputarpengertian.co.id/2017/08/pengertian-branding-menurut-para-ahli-fungsi-tujuan-unsur-jenis-branding.html>
- Philip Kotler, K. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Jilid I, E). PT. Indeks.
- Prawiro, M. (2019). *Arti Pencitraan: Apa Itu Pencitraan, Tujuan, dan Jenis Pencitraan*. Maxmanroe.
- Prospeku. (2021). *Apa itu Brand Image? Pengertian, Contoh & Fungsi untuk Bisnis*. Prospeku.Com. <https://prospeku.com/artikel/brand-image-adalah---3739>
- Soemirat. S, A. (2007). *Dasar - Dasar Public Relation*. Remaja Rosdakarya.

- Sugiono, S., & Puspitasari, M. (2020). Corporate Branding Organisasi Sektor Publik: Studi pada Technology Business Incubation Center Puspipstek. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 19(3), 290–307. <https://doi.org/10.12695/jmt.2020.19.3.5>
- Susanto, A., & Sunardi, A. (2017). Aktifitas Bauran Komunikasi Pemasaran Di Perusahaan Jamu Ibu Tjipto. *Jurnal Komunikator*, 9(1), 1–8. <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2647/2681>
- Syafnidawaty. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Universitas Raharja. [https://raharja.ac.id/2020/10/29/penelitian-kualitatif/#:~:text=Menurut Sugiyono \(2011\)%2C metode,sampel sumber data dilakukan secara](https://raharja.ac.id/2020/10/29/penelitian-kualitatif/#:~:text=Menurut Sugiyono (2011)%2C metode,sampel sumber data dilakukan secara)
- Ulber, S. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. PT Refika Aditama.
- Wilson, R. (1997). Corporate branding. *Journal of Brand Management*, 4(5), 303–310. <https://doi.org/10.1057/bm.1997.10>
- Wilson, R., Syafnidawaty, Susanto, A., Sunardi, A., Sugiono, S., Puspitasari, M., Prospeku, Prawiro, M., Pengetahuan, S., Pahlevi, T., Rossy, B., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Mudjia, R., Mekari, Jo Hatch, M., Schultz, M., Jember, U. P. U., H. Abdurrahmat Fathoni, ... Anwar, H. (2020). *Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya yang Harus Anda Ketahui*. Statistikian. <https://doi.org/10.12695/jmt.2020.19.3.5>
- Yunus, H. S. (2010). *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*. Pustaka Pelajar.