

DAFTAR PUSTAKA

- Erna, F. (2008). *Merek & Psikologi Konsuen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the word, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Bussiness Horizon*, 62-64.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity. In A. Tsai, *Strategic Brand Management* (pp. 378-379). United Kingdom: Pearson Education.
- Lestari, R., Anggraini, N., & Sudirman, A. (2021). *The Art of Branding*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Mauliga, I., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 30-32.
- Nurtjahjani, F., & Trivena, S. M. (2018). *Public Relation, Citra dan Merek*. Malang: UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema.
- Prameswari, N. (2020). Pengaruh Terpaan Media Electronic Word of Mouth Dan Citra destinasi Museum De'Tjolomadoe Dalam akun Instagram @detjolomadoe_official Terhadap Keputusan Berkunjung Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7.
- Priambodo, G., & Subyanto, M. (2017). Peran Komunikasi Word of Mouth Tradisional dan Electronic Word of Mouth terhadap Merek. *Jurnal Komunikologi*, 13.
- Salmaa. (2021, Juli 1). *Deepublish*. Retrieved from penerbitdeepublish.cpm: <https://penerbitdeepublish.com/purposive-sampling/>

Sitorus, S. A., Romli, N. A., & Tingga, C. P. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Thabroni, G. (2022). Brand Image (Citra Merek): Pengertian, Indikator, Manfaat. *Managemen & Bisnis*, 1-10.

Zakky. (2020, April 18). *Zona Referensi Ilmu Pengetahuan Umum*. Retrieved from ZonaReferensi.com: <https://www.zonareferensi.com/pengertian-observasi/>

