

DAFTAR PUSTAKA

- Asauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep dan Strategi: PT Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. 2006. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta.
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita.
- Abdurahman, Oemi. 1995, Dasar-Dasar Public Relations. PT Aditya Bakti. Bandung.
- Atin, S., Fitriyati, I., & Shaleh, S. (2023). Strategi Branding Image Madrasah Untuk Membangun Trust Masyarakat. *At-Ta'lim : Media Informasi Pendidikan Islam*, 22(1), 83. <https://doi.org/10.29300/attalim.v22i1.10311>
- Dagun, Save M. 2006. Kamus Besar Ilmu Pengetahuan. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN).
- Erliyani, Y., & Setiono, A. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Brand Image dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan untuk Memilih Tempat Kuliah (Studi Kasus pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen (STIM) Sukma Medan). *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 324–334.
- F. Rachmadi. 1992. Public Relations Dalam Teori & Praktek. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Frida, Kusumastuti, 2002, Dasar-Dasar Humas, Edisi pertama, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta Selatan
- Huda, N. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR SCUTER MATIC YAMAHA DI MAKASSAR. 2(1). <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>
- Hidayatullah, S. (2020). Memahami JenisJenis Media Sosial. <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenismedia-sosial>.
- Juliana, J., & Johan, J. (2020). Pengaruh brand image dan brand trust sebagai variabel intervening dalam memilih universitas. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 229. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1978>

- Keller, K. L. (2020). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. 4th Edition. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). Marketing Management. 14th Edition. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). Principles of Marketing. 10th Edition. Prentice Hall.
- King, D. L. (2015). Landscape of Social Media for Libraries. Library Technology Reports, 51(1)
- Kotler, & A. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. PT Erlangga
- L.G. Schiffman & LL Kanuk, Consumer Behavior (New jersey prenticehall.inc, 2000), hal 185
- McLuhan, Marshall. (1962). The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographical Man. Toronto: University of Toronto Press
- Putri, D. L., & Aznuriyandi, A. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Bimbingan Belajar Pada Lembaga Pendidikan Ganesha Operation Di Pekanbaru. Jurnal Daya Saing, 5(3), 234–238.
<https://doi.org/10.35446/dayasaing.v5i3.395>
- Putri S, E. A. (2013). Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop. (Skripsi). Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Surabaya.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Ratri, L. E. (2007). Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler. Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Psikologi, Undip, Semarang.
- Ruslan, Rosady. 2005. Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation. Jakarta:PT. Rajagrafindo Persada.
- Sudiro, Muntahar. 1985. Hubungan Masyarakat, Fungsi dan Penerangan Dalam Manajemen. Andi offset, Yogyakarta.

- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wiwik Sudarwati, D. E. T. (2018). Latar Belakang Masalah Tujuan Penelitian Pembatasan Masalah. 68–81.
- Yudi Irawan Adi, “Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada KFC di Kota Bengkulu” Jurnal Ilmiah Manajemen Vol 15 No 1 (2020), h. 27-28.
- Zhang, Y. (2015). The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review. *Open Journal of Business and Management*, 03(01), 58–62. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2015.31006>
- Qholik, W. (2024). Manajemen Program Humas Berbasis Online dalam Meningkatkan Animo Masyarakat di SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- TRIA, A. S. (2018). ANALISIS TAGLINE “UMPO BEYOND AWESOME” PADA PENERAPAN DI INSTAGRAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).