DAFTAR PUSTAKA

Aaker, Jennifer L. 1997. “Dimensions of brand personality.” *Journal of Marketing Research* 34 (3): 347–56. https://doi.org/10.2307/3151897.

Abdullah, M. Hasib. 2024. “Analisa Strategi Bauran Pemasaran Jasa Dan Citra Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Kbih Miftahul Ulum Lumajang)” 5 (1): 1–23.

Adolph, Ralph. 2021. *Psikologi Komunikasi*.

Agneza Herwanda, Bilqis, dan et al Shidiqie. 2023. “Membangun Identitas Brand Melalui Konsistensi Feeds Instagram @Bawapulang.Official.” *Journal of Creative Student Research (JCSR)* 1 (6): 331–44. https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2958.

Ahmad Budi Sulistio. 2019. “Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis.” *Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun Branding*, 1–16. https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/Branding-Sebagai-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf.

Aisyah, Siti, Dian Hidayati, Achadi Budi Santosa, dan Hendro Widodo. 2024. “Manajemen Pendidikan Manajemen Pemanfaatan Website dan Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Branding Sekolah.” *Manajemen Pendidikan,* 19 (1): 16–36. https://journals2.ums.ac.id/index.php/jmp/article/download/4023/1706.

Arifudin, Rahman, Khadijah Rayindah et.al. 2020. *MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN*. Pertama. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.

Bagus, Ida, Ardhi Putra, I Made Dwi, dan Hita Darmawan. 2025. “Analisis Strategi Sosial Media Marketing Kopi Kenangan melalui Instagram Feeds” 8 (1): 279–87.

Christian, Lie Calvin, dan Stevanus Christian Anggrianto. 2023. “Perancangan desain buku ‘Am I Doing It Right’ dari Hola Grafika sebagai media pencarian identitas desainer muda di Indonesia.” *Jurnal Vicidi* 13 (1): 64–80. https://doi.org/10.37715/vicidi.v13i1.3947.

Citra. 2022. “Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu.” *Kinesik* 9 (2): 176–82. https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327.

Dewi, Kristiana, dan Yulia Budiwati. 2024. “Instagram Sebagai Media Branding Institusi Untuk Mempersuasi Gen Z Dalam Memilih Pendidikan Tinggi” 9 (3): 581–89.

Isnaini, Nur. 2022. “Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam.” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 5 (3): 127–44.

https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei.

Maulyan, Feti Fatimah, Devi Yuniati Drajat, Ria Yuli Angliawati, dan Dwi Sandin. 2022. “Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan :” *Jurnal Sains Manajemen* 4 (1): 8–17.

Mujianto, Haryadi, Zikri Fachrul Nurhadi, dan Kenny Kharismawati. 2021. “Instagram Sebagai Media Pembentuk Personal Branding.” *Commed : Jurnal Komunikasi dan Media* 5 (2): 154–69. https://doi.org/10.33884/commed.v5i2.3138.

Pandiangan, Kasman, Masiyono, dan Yugi Dwi Atmogo. 2021. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2 (4): 471–84. https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459.

Pertiwi, Femilia, dan Irwansyah Irwansyah. 2020. “Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram.” *Jurnal Penelitian Komunikasi* 23 (1): 15–30. https://doi.org/10.20422/jpk.v23i1.631.

Rabbil, Melyona Zenia, Topan Dewa Gugat, Raissa Jasmine Intiha, dan Donna Hamelia Putri. 2022. “Strategi Media Sosial Yang Efektif Untuk Meningkatkan Brand Awareness Dan Engagement Pada Kampus Politeknik Bina Madani.” *Masarin* 1 (2): 67–77.

Sari, Puspita Meutia. 2018. “Fenomena Penggunan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam.” *Jurnal Ilmu Komunikasi - Konsentrasi Hubungan Masyarakat* 4 (2): 1–13.

Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Diedit oleh Sutopo. Kedua. Bandung.

Yusanda, Awallina, Rini Darmastuti, dan George Nicholas Huwae. 2021. “Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial MahasiswaUniversitas Kristen Satya Wacana).” *Scriptura* 11 (1): 41–52. https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52.