

DAFTAR PUSTAKA

- Ainurrofiqin, M. (2021). *Strategi Branding Di Era 4.0 Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, Dan Membangun Kesadaran Merk*. Indonesia: Google Books.
- Albi, K. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Di Kedai Kopi S. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*. Vo. 3 No. 1.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*. Volume 2, Nomor 1.
- Aristawidia, I. (2018). Kajian Literatur Penerapan Strategi Branding Bagi Kemajuan Umkm Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova) Volume 1 Nomor 2*.
- Afifah H, Jasmien L, Qisthi M, Ihsan R, Syti Sarah Maesaroh. Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kemudahan Penggunaan Platform Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Mahasiswa Bisnis Digital. *E-Bisnis J Ilm Ekon Dan Bisnis* 2023;16:157–67. <https://doi.org/10.51903/E-Bisnis.V16i1.1148>
- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran Umkm. *Ncoins: National Conference Of Islamic Natural Science*. Vol. Xx No. X.
- Darmawan, D., & Dkk. (2021). Studi Empiris Tentang Perilaku Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan Ditinjau Dari Variabel Harga Dan Kesadaran Merek. *Jurnal Ideas*. Vol. 7 No. 3.
- Dewi, A. P. (2024). Analisis Implementasi Program Thematic Education Outlet Sebagai Strategi. *Jurnal Hukum Islam Dan Ekonomi Syari'ah*. Volume 5, Nomor 2.
- Dewi, A. I., & Dkk. (2022). Analisis Dampak Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gtl Balancing-Spooring Cabang Mojoroto Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unp Kediri*, 566-571
- Disastra, D., & Dkk. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Di Bandar Lampung). *Smart: Strategy Of Management And Accounting Through Research And Technology*.
- Febrianti, A. S. (2025). Pengaruh Strategi Branding, Promosi Media Sosial dan Citra Merek Terhadap Minat Beli pada Produk Kosmetik XYZ. *JIM : Jurnal Ilmu Multidisiplin*. Vol. 3, No. 4.

- Fertina, S. D., & Leksono, P. Y. (2022). Analisis Pengaruh Promosi, Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Fashion Kediri (Studi Kasus Pada Toko Baju Ngasinan Fashion Kediri). *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen Feb Unp Kediri*, 584-590
- Fanaqi, Chitijah; Dkk. Strategi Branding Pelaku Usaha Pariwisata Di Masa Pandemi. *Business Innovation And Entrepreneurship Journal*. Vol. 2 No. 4. 2020:263-273
- Hamidah, & Yaman, A. (2023). Budidaya Tanaman Hias Skala Rumah Tangga. *Jpkpm*. Vol. 3 (2).
- Haryanti, N., & Baqi, D. A. (2019). Strategi Service Quality Sebagai Media Dalam Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Journal Of Sharia Economics*, Vol. 1 No. 2.
- Jovanna, D. M., & Hakimah, E. N. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Fintech Gopay(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri). *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen Feb Unp*, Dea Millennia Jovanna; Ema Nurzainul Hakimah.
- Karsono, & Dkk. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02).
- Khumairoh, K., & Nisa, F. L. (2024). Digitalisasi Pemasaran Dan Branding Sebagai Strategi Meningkatkan Produk Kreatif Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, Volume 2 No. 4.
- Kuncara, T. (2024). Peningkatan Daya Saing Umkm Melalui Strategi Branding Yang Efektif Dan Inovatif. *Jammu*. Vol 3 No. 3
- Lukiarti, M. M., & Widodo, A. (2021). Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Oleh Yayasan Lasem Heritage Pada Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian 2021*. Isbn: 978-623-6535-49-3.
- Mahfudz, H. A., & Hasbiansyah, O. (2023). Strategi Branding Startup Kreatifest Indonesia Dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (Jrmk)*. Volume 3, No. 1
- Maximillian, S., & Dkk. (2022). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dan Menciptakan Competitive Advantagespada Produk Sambel Pecel. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unp Kediri*, 23-30.
- Mendrofa, K. H., & Zebua, E. K. (2025). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Budidaya Ikan Nila Di Indonesia : Studi

Literatur. *Zoologi : Jurnal Ilmu Peternakan, Ilmu Perikanan, Ilmu Kedokteran Hewan*. Volume. 3, No. 1

- Meifilina, A. (2020). Strategi Brand Communication Dalam Penguatan Brand Awareness Pariwisata Kabupaten Blitar (Studi Pada Program Olas Kembar Kembar). *Jurnal Translitera*, Vol 9. No 1.
- Miranda, & Dkk. (2022). Kelayakan Usaha Tani Perkotaan Pada Aspek Pemasaran (Studi Kasus Pada Kelompok Wanita Tani Anggrek Di Kota Makassar). *Seminar Nasional Dalam Rangka Dies Natalis Ke-34 Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan* (Pp. 397-408). Pangkep: Prosiding Semnas Politani Pangkep Vol 3.
- Nur, A., & Dkk. (2020). Pengaruh Promosi Offline Dan Online Terhadap Keinginan Umkm Untuk Bermitra Dengan Smesco Indonesia. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*. Vo. 4. No. 2.
- Nur Arya, A. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian: Peran Mediasi Perilaku Konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship*. Vo. 7 No. 2. 2024: 128-144
- Nurdiansyah, Fajar. Dkk. Strategi Branding Bandung Giri Gahana Golf Sebelum Dan Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Purnama Berazam*. Vol. 2. No. 1. 2021:159
- Oktaviani, Femi. Penguatan Produk Umkm "Calief" Melalui Strategi Branding Komunikasi. *Jurnal Abdimas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2018:348-354
- Prasetyo, B. D., & Dkk. (2020). *Strategi Branding :Teori Dan Perspektif Komunikasi Dalam Bisnis* . Malang: Tim Ub Press.
- Prasetyo, B. D., & Dkk. (2020). *Strategi Branding Teori Dan Prespektif Komunikasi Dalam Bisnis*. Malang: Ub Press.
- Raharjo, I. R. (2023). Strategi Branding Eks Lokalisasi "Moroseneng" Surabaya Menjadi Kampung Wisata Anggrek Sememi. *Commercium*. Vol. 7 No. 1.
- Rahman, M., & Suhayani, N. (2020). Analisis Differensiasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Merek Yamaha Mio Di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*. Vol. 11 No. 2.
- Rizki, M., & Mulyanti, D. (2023). Pentingnya Strategi Pemasaran Melalui Penguatan Citra Merek. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen. Ebismen*. Vol.2, No.1.
- Roibafi, N. L., & Dkk. (2022). Analisis Kualitas Produk, Promosi Dan Penampilan Karyawan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kue Riezza Tart And Brownies. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen Feb Unp Kediri*, 133-139.

- Rusdian, S., & Hildayani, N. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shopgarut). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 8 No. 1.
- Rusmaniah. (2023). Implementasi Pendidikan Lingkungan Hidup Pada Taman Konservasi Anggrek Tahurasultan Adam. *Anterior Jurnal*, Volume 22 Issue 2.
- Setiadi, T., & Dkk. (2023). Implementasi Desain Digital Kreatif Untuk Branding Produk Berbasis Mobile Untuk Pelaku Umkm Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal. *Communnity Development Journal*. Vol.4 No. 6.
- Setiawati, S. D., & Dkk. (2018). Penerapan Digital Branding Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Sosial & Abdimas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Issn : 2685-6956, 11-17.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistio, A. B. (2021). *Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis*. Malang: Pt. Literindo Berkah Karya.
- Susanti, E., & Dkk. (2018). Strategi Branding Dalam Membangun Ekuitas Merek Umkm (Studi Kasus: Pusat Oleh - Oleh Kota Padang). *Ikraith Ekonomika* Vol 1. No 2.
- Szántó, P., & Radácsi, L. (2023). Defining Personal Brand, Personal Branding And Personal Brand Equity. *Research Paper*