

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Asmara, A. Y., & Rahayu, S. (2019). Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil Menengah Melalui Inovasi Dan Pemanfaatan Jaringan Sosial: Pembelajaran Dari Kluster Industri Software Di India. *JP FEB Unsoed*, 3(Jurnal Pemasaran Kompetitif), 33. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/5210/Daya-Saing-IKM-Perlu-Ditingkatkan>
- Autar, N., Saleh, R., & Susilawati, N. (2022). Strategi Branding Qnoy Ibrahim Dalam Membangun Brand Image Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 1(7). www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP
- Destrina, A. A., Lukyanto, G. C., Dewanti, M. C., & Aminah, S. (2022). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM Rajutan BKL Bismo. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 1473–1478.
- Handayani, N. P. L. . A. J. (2022). Peran Sosial Media Dalam Meningkatkan Digital Branding Perusahaan Jasa. *Sintesa*, 5, 409–412.
- Ibnu Waqfin, M. S., Komari, M., Andriani, R., & Muhibuddin, A. (2021). Strategi Branding untuk membangun Identitas Brand dalam Meningkatkan Pemasaran di Desa Bandarkedungmulyo Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1–5.
- Lukito, W., Prabawa, B., & Swasty, W. (2021). Peningkatan Daya Saing Umkm Minuman Olahan Kopi Melalui Strategi Branding (Studi Kasus: Laskar Kopi Arjasari). *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 10(1), 18. <https://doi.org/10.34010/visualita.v10i1.4813>
- Mardikaningsih, R. (2023). Strategi Inovasi Dan Pemasaran Media Sosial Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Umkm Di Kota Surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(2), 58–67. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v6i2.101>
- Pintoko, W. W. (2021). Terpaan Iklan Aqua Terhadap Brand Personality. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 24(1), 10–14. <https://ibn.e-journal.id/index.php/ESENSI/article/view/579%0Ahttps://ibn.e-journal.id/index.php/ESENSI/article/download/579/445>
- Prahesty, R., Subagyo, & Sardanto, R. (2021). *IMPLEMENTASI INOVASI PRODUK INDUSTRI KREATIF DALAM MENINGKATKAN COMPETITIVE ADVANTAGE MELALUI PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS*. 7(3), 6. <http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/3368>

- Purnamasari, D., Aisyah, I., Ayu, R. D. A., Sahfira, W., Kurnianingsih, Dewi, A., & Rita, N. (2023). *Peningkatan Daya Saing Melalui Inovasi Produk dan Branding Pada UMKM Risol dan Gado-gado*. 4(2), 5–24.
- Putra, R. S., Rochmad, H., Happy, D., Komunikasi, D., Institutteknologi, V., Malang, B. A., Korespondensi, P., & Indentity, B. (2021). *BRAND IDENTITY PRODUK OWA OUTDOOR DI WILAYAH*. 05(02).
- Putri, A. M., Hakimah, E. N., & Ratnanto, S. (2023). Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Klik Photo. *SIMPOSIUM NASIONAL MANAJEMEN DAN BISNIS (SIMANIS) Dan Call for Paper*, 2, 1554–1557.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, B., Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). BRAND MARKETING. In *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Rahmadhani, Y., & Lubis, E. E. (2017). Strategi Branding Portal Online Www.tripriau.com Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Portal Online Pariwisata Provinsi Riau. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(1), 1–15.
- Saputra, M. H., Ariningsih, E. P., & Puspitasari, I. (2019). Analisis Strategi Branding dan Labeling dalam Meningkatkan Daya Saing Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Segmen*, 11(2), 113–124. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/3252>
- Sardanto, R., Meilina, R., & Muslih, B. (2018). Implementasi Pelayanan Publik Berbasis Brand “Harmoni Kediri The Service City.” *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2, 140–156. <https://doi.org/10.25139/ekt.v2i2.1008>
- Septa, A. G., & Lia, N. (2020). Strategi Branding Merk Zlch Clothing Di Surabaya Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 11, 1–13. <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/2286>
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). Brand Trust Dan Brand Attitude. In *Brand Marketing: the Art of Branding*.
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN MANAJEMEN* (Setiyawami (ed.)).

ALVABETA, CV.

Surya, E. D. (2022). *Manajemen Merek* (F. Ario (ed.)). CV. Andalan Bintang Ghonim.

<https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=uwMPEAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PR13%5C&dq=manajemen+kinerja+di+industri%5C&ots=QrKJzauPZj%5C&sig=dZM53mexKZAZ6B7f8cnqR9jv5Fk>

Yuri Rahmadhani. (2017). *STRATEGI BRANDING PORTAL ONLINE WWW.TRIPRIAU.COM DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS SEBAGAI PORTAL ONLINE PARIWISATA PROVINSI RIAU*. 4(1), 1–15.