

DAFTAR PUSTAKA

Irfan Maulana, (2022). *Strategi Digital Branding Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Tarbiyatul Mubtadiin*. Universitas Pamalang.

Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Syakir Media Press.

Agustian, J. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Personal Branding Selebgram*. State Islamic University Of Sultan Syarif Kasim Riau.

Ainurrofiqin, M. (2021). *99 Strategi Branding Di Era 4.0*. Anak Hebat Indonesia.

(Julmi, 2020). *Metode Penelitian, Sekolah Tinggi Dan Ilmu Pendidikan Indonesia*

(Sugiyono, 2020). *Bab 3 Metode Penelitian, Sugiyono*

Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). MEMBANGUN PEMASARAN ONLINE DAN DIGITAL BRANDING DITENGAH PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 213–222. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i2.1042>

Fitria, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. CV Budi Utama.

(Sihotang & Sinulingga, (2023) *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*

Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Wal Ashri Publishing.

Hartoko, W., Rahman, A., Pinasti, R., Fahrul, M., Syahrial, S., & Yulawati, E. (2023). PENGEMBANGAN DIGITAL BRANDING DENGAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN METODE AIDA (STUDI KASUS: HONEST LAPIS KUKUS SURABAYA). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik*, 5(2), 104. <https://doi.org/10.24853/jpmt.5.2.104-109>

Hidayat, A. (2021). *Studi Kasus Keperawatan Pendekatan Kualitatif*. Health Books Publishing.

Iswahyudi, M. (2023). *Metodologi Penelitian*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Kusumadinata, A. A., Adiba Salsabila, Ayu Widya Ningsih, Edgar Friyadi, Fenza Fadli Rachman, Moh. Syifaatul Karim, Muhammad Alfiansyah, Raden Fajriyani Ratna Puspita, Ryan Rustandi, Tb. Reihan Malik, & Wiji Nasrudin. (2022). *Penyuluhan Pemanfaatan Sosial*



Media Instagram Membentuk Branding Usaha Mikro Kecil (UMK). *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(3), 149–156. <https://doi.org/10.59025/js.v1i3.29>

Munandar, D. (2022). *Digital Marketing*. Cipta Media Nusantara.

Nasution, A., & Handayani, T. (n.d.). *Pengantar Metodologi Kesehatan*. PT Sada Kurnia Pustaka.

Pragita, Y. (2022). *Digital Branding Norma Coffee Melalui Konten Kreatif Di instagram*. State Islamic University Of Sultan Syarif Kasim Riau.

Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan Instagram*. CV Budi Utama.

Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing*. TIGA Ebook.

Rahman, H. (2022). *Ragam Analisis Data Penelitian (Sastra, Riset dan Pengembangan)*. IAIN Madura.

Ramadhan, M. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Online Dalam Membangun Brand Awareness*. Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Fakultas Ilmu Komunikasi.

Rizal, F. (2022). *Efektifitas Digital Content Marketing Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk*. Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.

Saleh, A., & Setianti, Y. (n.d.). *Strategi Digital Branding dalam Konten Facebook Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat*.

Septian, D., & Leksono, A. (2023). *Manajemen Branding*. Universitas Brawijaya Press.

Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif. Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

Wijaya, H., & Helaluddin. (2019). *Analisis Data Kualitatif*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

