

## DAFTAR PUSTAKA

- Warren J. Keegen, “*Global Marketing Management*”, Prentice Hall International, New York, 1989.
- Suharnoko, ”Hukum Perjanjian : Teori dan Analisa Kasus”, Cet. 1, Kencana, Jakarta, 2004. Indonesia, “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia tentang Waralaba”, P.P. No.42 tahun 2007.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran : prinsip & penerapan. Dalam F. Tjiptono, Strategi pemasaran : prinsip & penerapan. CV. Andi Offset.
- Kaplan, A. & Haenlein, M. (2010). *User of the world, unite! the challenge! and opportunities of social media*. Prancis: Business Horizons.
- M Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Chakti, G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Andi Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. USA: Oreilly Media.
- Novela S, Sihombing Y. O and Novita. (2016). *The Effects of Hedonic and Utilitarian Motivation Toward Online Purchase Intention with Attitude as Intervening Variable*. Binus Research.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Cakra Ilmu.
- Rangkuti (2009) dlm Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media .Jurnal Common, 3(1), 71-80.
- Lee, Y. E. & Benbasat, I. (2004). *A framework for the study of customer interface design for mobile commerce*. International Journal of Electronic Commerce, 8(3), 79–102.
- E. Prihantoro, Siti Siti Zulizilah. (2019). *Instagram as Promotion Media for Indonesian Local Brand and Business*. Atlantis press. Vol.140. hal.196-197.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Kanisius : Yogyakarta.
- Rustanto, B. (2015). *Penelitian Kualitatif Pekerjaan Sosial*. PT Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Rosady. Ruslan. 2008. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Redono, D. (2013). Promosi dan Pembangunan Merek Dagang dengan Media Sosial. Jakarta: Penerbit ABC.
- Kriyantono, Rachmat (2014). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PTRemaja Rosdakarya.
- Hamad, Ibnu. 2006. *Metodologi Riset Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Materi Workshop.
- Gunawan, Imam. 2013. Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik. Jakarta:PT Bumi Aksara.
- Agus, Salim. 2006. Teori dan Paradigma Penelitian Hukum, , Buku Sumber untuk Penelitian Kualitatif, Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Poerwandari, Kristi. (2009). Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia. (Edisi ke-3). Depok: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Harahap, S. S. (2016). Analisis Krisis Atas Laporan Keuangan . Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- N. S. Ahmad dan R. Musa. (2016). "The Impact of Social Media Content Marketing (SMCM) towards Brand Health," *Procedia Econ. Financ.*, No (37), hal. 331–336.
- Thallita Affifah Nugroho, F. C. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol 5, No. 1, hlm 136-149.
- Muhammad Hafif Rafi Andhika, R. E. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @suasanakopi. *Jurnal Cyber PR*, Volume2, Hal. 107 - 118.
- Xue Sun, Y. L. (2023). Marketing Automation: How to Effectively Lead the Advertising Promotion for Social Reconstruction in Hotels. *Sustainability*
- Lestari, Y. E. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Produk Kecantikan Wardah. *J-SIKOM*.
- Rayport dan Jaworski dan Kotler dan Keller. (2003). Unsur Perancangan 7C

Strategi E-commerce.

Chalil, Rifyal Dahlawy. *Brand, Islamic Branding, & Rebranding-Rajawali Pers. PT. RajaGrafindo Persada*, 2021

Skill, M. (2023, 10 22). *Mengenal Brand Guideline: Definisi, Manfaat, Komponen, Contoh & Cara Membuat*.

Tjiptono, F; Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing*. In Andi Off Set (Edisi kedua). C.V Andi Offset.

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education

Kartajaya, Hermawan. (2016). *Positioning, diferensiasi, dan brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Riadi, Muchlisin. (2024). *Identitas Merek (Brand identity) - Pengertian, Elemen, Aspek dan Indikator*. Diakses pada 20/6/2024

Fadilah, A., & Mufidah, L. (2018). "The Role of Logo in Building Corporate Identity". *Journal of Marketing and Consumer Research*, 47, 56-64.

Canva. (n.d.). What is a Brand Color Palette? Retrieved from <https://www.canva.com/colors/color-palette/>

Sihombing, T. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Penerbit Andi.

Handley, A., & Chapman, C. C. (2014). *Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content*. Hoboken: Wiley.

Instagram. (n.d.). "How to Write a Good Instagram Caption." Instagram Help Center. Retrieved from Instagram Help Center.

Instagram. (n.d.). Using the Questions Sticker on Instagram. Instagram Help Center. Retrieved from Instagram Help Center

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism (4th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI

Danton Sihombing (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia.  
Rustan, Suriyanto. *Font & Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Walker, J. R. (2013). *Introduction to Hospitality* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Lieb, R. (2012). *Content marketing: Think Like a Publisher - How to Use Content to Market Online and in Social Media*. Que.
- Mendelsohn, M. (1999). *The guide to franchising* (7th ed.). London: Cengage Learning EMEA.
- Bagley, C. E., & Dauchy, C. E. (2018). *The entrepreneur's guide to law and strategy* (5th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Republik Indonesia. (1997). *Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Shepherd, L. (2021). *Market Smart: How to Gain Customers and Increase Profits with B2B Marketing*. Bloomington, IN: AuthorHouse.
- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (5th ed.). Wiley.
- Hapsari Distya Riski, dkk. 2019. Studi Kasus Pengaruh logo Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sapi di Ciawi - Bogor, *Jurnal Agroindustri Halal*, vol. 2, no. 2.
- Huotari, L., Ulkuniemi, P., Saraniemi, S., & Mäläskä, M. (2015). Analysis of content creation in social media by B2B companies. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 30(6), 761-770. doi:10.1108/JBIM-05-2013-0118
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). New York: Pearson Education.
- Lussier, N. (2014). *Why Age 25-45 is the Best Time to Start Your Business*. Retrieved from <https://nathalielussier.com/blog/entrepreneurship/best-time-to-start-business>
- Franchise Business Review*. (2024). *The costs involved in owning a franchise*. Diakses pada 1 Juli 2024, dari <https://franchisebusinessreview.com/post/costs-owning-a-franchise/>
- Pew Research Center. (2020). *On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far*. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so>

far/

- Patel, N. (2022). How to Create Engaging Content: 10 Tips to Drive Interaction. Retrieved from Neil Patel.
- Meta for Business. (n.d.). About Ads. Diakses tanggal 20 Juni 2024, dari <https://about.ads.facebook.com/>
- Tjiptono, F. (2020). Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan. Yogyakarta: Andi.
- Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara, Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- A-Creative. (2023). Ketahui Biaya Per Klik Google Ads: Panduan Google Ads. Diakses dari <https://www.a-creative.com/articles/google-ads-cost-per-click-guide>
- A. Pearce II, John dan B. Robinson, Richaerd. Strategic Management: Formulation, Implementation, dan Control. United State of Americas: Mc Graw Hill
- Redono, D. (2013). Promosi dan Pembangunan Merek Dagang dengan Media Sosial. Jakarta: Penerbit ABC.
- Pulizzi, J. (2013). Epic content marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less. McGraw-Hill Education.
- Setiadi, N. J. (2015). Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Agussetiyono, R. (2020). Analisis Penggunaan Instagram Terhadap Akun @Alimaphoto Sebagai Media Promosi Jasa Fotografi Dan Videografi Artikel Skripsi. 1–9. <http://repository.stkippacitan.ac.id>
- Revou. (2022). Pengenalan Dasar Facebook Ads. Diakses dari <https://revou.co/articles/pengenalan-dasar-facebook-ads/>
- Casey, M. (2015). The Content Strategy Toolkit Methods, Guidelines, and Templates for Getting Content Right (N. Peterson (ed.); 1st editio). New Riders.
- Yupitriani, A. H. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tiktok @DompelKeluarga). Jurnal Komunikasi Universal, 70-92.

- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: A Comprehensive Handbook for Designers, Design Managers, and Design Entrepreneurs*. Wiley.
- Putut, O., Ayu, S., Program, M., & Perpustakaan, S. I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Edulib*, 10(1), 1–14. <https://doi.org/10.17509/EDULIB.V10I1.2098>
- Rakatiwi, Y., Halwati, U., & Nawawi, N. (2023). FYP Dakwah Digital Creator Milenial Melalui Tiktok di Era 5.0. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah*
- Permatasari, D., & Saputro, E. P. N. (2024). Komunikasi pemasaran digital brand “Good Day” di media sosial: Analisis konten dan persepsi konsumen pada customer engagement brand “Good Day” di media sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Yunina, Y., Naz'aina, N., Mursidah, M., Sutriani, S., & Wardhiah, W. (2024). Pelatihan penggunaan aplikasi TikTok sebagai media promosi bisnis bagi ibu rumah tangga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Pengabdian Ekonomi dan Sosial*.
- Patel, N. (2021). *The Ultimate Guide to Instagram Captions*. Neil Patel Blog. Diakses dari Neil Patel Blog.
- Putri, B. A., & Madiawati, P. N. (2023). Peran Influencer media sosial dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 6(1), 45-60.]
- Holipiah, N., Hamidah, H., & Hamandia, M. R. (2024). Analisis komunikasi humas Polda Sumsel dalam meningkatkan citra positif Kepolisian Daerah Sumatera Selatan melalui Instagram @polisi\_sumsel. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*. Published 17 Mei 2024.
- Nugroho, B., & Purnomo, A. S. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan *Franchise* dengan Metode Technique For Other Reference by Similarity to Idea Solution. *INFORMASI (Jurnal Informatika dan Sistem Informasi)*, Published 3 November 2023.
- Tanujaya, E., & Julianto, T. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan...*, Published 18 November 2022.

- Yahya, L. M., Nazaruddin, E., & Sabrina, C. P. (2023). Analisis Daya Tarik Konsumen Toko Kue Balqis Di Payakumbuh Dengan Correspondence Analysis. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, Published 19 July 2023.
- Widi, I. K. A., Sujana, W., Pohan, G., & Saskara, P. S. (2020). Analisa uji tarik dan dampak komposit epoxy rami-agave-karbon dengan campuran epoxy-karet silikon (30%, 40%, 50%). *Materials Science*
- Preto, S. C. S., Barizon Filho, A. L., & Martins, R. F. de F. (2020). Storytelling as a strategy for brand positioning. *Business*.
- Hendrayati, H., Virginia, R., Achyarsyah, M., & Mulyana, Y. (2018). Celebrity endorser sebagai attention getting device dalam meningkatkan brand recall. *Image: Jurnal Riset Manajemen*.
- Lubis, R. L., & Nurhabibah, S. (2023). Pemanfaatan platform SDG 11 kota dan pemukiman yang berkelanjutan sebagai wujud integrasi tata kelola bank sampah dan pemangku kepentingan di lingkungan RW-05 Kelurahan Cipaganti Kota Bandung. In *Prosiding COSECANT: Community Service and Engagement Seminar*.
- Damastuti, R. (2022). Membedah feeds Instagram produk skincare lokal (analisis isi kuantitatif akun Instagram Avoskin). *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 31(2).