

DAFTAR PUSTAKA

- Anandita, A. W., & Sulhan, M. (2024). PENDAMPINGAN DIGITALISASI MARKETING PADA CV. NUGRAHA CIPTA RAHARJA. PROFICIO, 5(1), 875-880.
- Atfianto, D., & Nuraeni, N. (
- Huda, M., Maulana, I., & Hidayati, L. (2024). Pemanfaatan literasi digital melalui pengelolaan website dan media sosial desa menuju desa go digital. Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS), 7(1), 92-102.
- Huda, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Of Tiktok Dan E-Wom Terhadap Brand Awareness Dan Minat Beli Produk Umkm Sektor Kuliner Di Kabupaten Pasuruan. JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan), 6(2), 261-275.
- Huda, M., Mufida, S. L., & Afifah, N. (2023). Ketika Influencers Endorse Pada Media Sosial Instagram mendukung Brand: Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen dan Minat Beli. SKETSA BISNIS, 10(1), 101-120.
- Kotler, P., and Amstrong, G. 2001. Prinsip – prinsip Pemasaran. Jilid1, Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran. Jilid 1. Edisi Kedua belas. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. Marketing Management, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Mirza, Anglina Febrina. 2016. “Hubungan Antara Emotional Branding dengan Loyalitas Merek Pada Konsumen Kartu Seluler XL”. Jurnal Psikologi, Vol.4 No.1, Hal. 63-72, Universitas Syiah Kuala.
- Nuraeni, N., & Santia, D. A. (2024). Market Sensing Capabilities, Inovasi Produk sebagai Peningkatan Competitive Advantage pada UMKM Produk Pangan Olahan Terkemas Kecamatan Tukur. Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 12(1), 339-348.
- Nizar, M., Iltiham, M. F., & Rakhmawati, A. (2023). Meningkatkan Kemampuan Digital Masyarakat Lokal Melalui Pendampingan Dan Pengembangan Transformasi Bisnis Digital. Abdimas Unwas, 8(2).

- Nizar, M., Iltiham, M. F., & Rakhmawati, A. (2023). Meningkatkan Kemampuan Digital Masyarakat Lokal Melalui Pendampingan Dan Pengembangan Transformasi Bisnis Digital. *Abdimas Unwahas*, 8(2).
- Peter, Paul J dan Jerry Olson. 2013. *Consumer Behaviour : Perilaku konsumen dan strategi pemasaran Edisi Keempat Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Pogorzelski, J. (2018). Emotional Branding. *Managing Brands in 4D*, February, 59–109. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-102-120181004>
- Ramadhani, A. A., & Nuzil, N. R. (2023). Pengaruh Customer Experience, Service Quality, dan Price Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Sepeda Motor Matic Yamaha N-Max di Pasuruan). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 4418-4428.
- Rosadi, M. I., Huda, M., Hakim, L., & Sugiharto, B. H. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Siswa Ma Miftahul Ulum Puntir. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 9(2).
- Rosadi, M. I., Muyasaroh, S., Ahwan, Z., Riswandari, N., Aminuddin, A., & Amelia, R. (2023). Digital Content Optimization for Personal Branding and Increasing Digital Literacy for Students of MA Miftahul Ulum Puntir Purwosari Pasuruan. *Soeropati: Journal of Community Service*, 5(2), 111-121.
- Rosidah, I., Afif, N. A., Nadzir, M., Masyhuri, M., Laila, P. N., & Ahwan, Z. (2021). Woman Sensual Dance di Social Media Tiktok dalam Relasinya dengan Stigmatisasi Perempuan dan Imitative Culture:(Tinjauan Analisis Wacana Sara Mills). *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 49-64.
- Sari, A. K., & Sulhan, M. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, branding pada produk UMKM olahan pisang dan olahan susu. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(4), 875-883.
- Sholeh, B., & Wusko, A. U. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Cita Rasa dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MIXUE ICE CREAM & TEA (Survei Pada Konsumen Mixue Ice Cream & Tea di Pandaan). *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 9(2), 190-200.
- Sulhan, S. S. (2024). Pengaruh Brand Personality dan Produk Quality Terhadap Brand Love dan Brand Brand Loyalty pada Depo Bangunan Sidoarjo. *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship*, 2(1), 21-31.
- Schiffman, Leon, L. Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen*; PT. INDEKS. Alih Bahasa Zoelkifli Kasip: Jakarta.

- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, 22nd ed. Alfabeta, 2015
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung, (2014)
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2015). Metode penelitian kombinasi (mix methods). Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2013). Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif R&D. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, F. 2002. Strategi Pemasaran. Andi: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran. Edisi I. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Yusuf, W. F., Sulhan, M., Aziziyah, N., Syarifah, N., Ulinuha, M. J., Abas, A., ... & Eryan, M. R. (2024). Pendampingan Inovasi dan Pemasaran Melalui Digital Marketing UMKM Tape Ketan Hitam di Desa Nguling Pasuruan. GUYUB: Journal of Community Engagement, 5(1), 386-403.