

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Rahman & Aisyah, (2021) Analisis Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Remaja Wanita Di Kota Makassar. *Sipakalebbi*, 5(2), 180-196.
- Antony Mayfield. (2008). (Ebook) What is Social Media?. iCrossing. London
- Durianto, D. (2004). Brand Equity Tren Strategi Memimpin Pasar. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Islam, M. T. (2019) 'The Impact of Social Media on Muslim Society: From Islamic Perspective', *International Journal of Social And Humanities Sciences*, 3(3), pp.95-114. Available at: : <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijshs/661414>.
- Istiani & Islamy, (2020) Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Karam & Saydam, (2015) An Analysis of Improving Brand Awareness and Its Impact on Consumer Behavior via Media in North Cyprus (A Case Study of Fast Food Restaurants). *International Journal of Business and Social Science*, 6(1).
- Komariah, Rodiah & Saepudin, (2016) Emotional Branding sebagai Upaya Pengembangan Kualitas Layanan Perpustakaan untuk Meningkatkan Penggunaan Perpustakaan. *Record and library Journal* 2(2), 188-197.
- Latif & Mdnoor, (2014) Building Brand Awareness in The Modern Marketing Environment: A Conceptual Model. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 4(1), 69-82.
- Mokhtar, A. and Bahari, C.A. (2021) 'Social media and Islamic ethics: An insight to instagram use by Muslim university students in Malaysia', *Intellectual Discourse*, 29(1), pp. 175-206.
- Munazar, R., & Budiman, L. (2021). Branding Perpustakaan Kebun Raya Bogor sebagai Strategi Marketing Untuk Lebih dikenal. *Journal of Documentation and information Science*, 5(2).
- Nihlah, N., Zohriah, A., & Fauzi, A. (2022). Pengembangan Pengelolaan Perpustakaan Berbasis Teknologi Informatika. *An-Nidhom: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1).78-90.
- Nurani F. A., & Sundari, Y. (2022). Instagram Sebagai Media Branding Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sukabumi.

- Organisasi *et al.*, (2022) Peran Organisasi Islam di Indonesia dalam Pengembangan dan Penegakan Hukum Islam. BUSTANUL FUQAHA: Jurnal Bidang Hukum Islam, 2(2), 130-143.
- Perpustakaan, (2007). Pengembangan Pengelolaan Perpustakaan Berbasis Teknologi Informatika. An-Nidhom: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 6(1).78-90.
- Ramadayanti, (2019) Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, 6(2), 111-116.
- Sari, (2020) Strategi Branding Perpustakaan Umum Kota Depok (Bachelor's thesis, Fakultas Adab dan Humaniora).
- Sugiyono, (2000) Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.
- Suharso, Arifiyana & Wasdiana, (2020)Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi dalam menghadapi pandemi Covid-19. Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi, 4(2), 271-286.
- Sujatha,(2020). Pengantar Promosi Perpustakaan Berbasis Digital. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia, Jakarta.
- Zahra & Muhammad Ansyari Tantawi, (2019)Branding Perpustakaan Kebun Raya Bogor sebagai Strategi Marketing Untuk Lebih dikenal. Journal of Documentation and information Science, 5(2).