

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, Leo, (2017), *Dasar-dasar kebijakan publik*, Alfabeta, Bandung, 17
- Arif, (2020). *Apa itu local brand*. ( [http:// apaitu.org/apa-itu – local – brand](http://apaitu.org/apa-itu-local-brand)). Diakses pada 30 Oktober 2020 , jam 11. 39 .
- Azwar, Saifuddin, (2007), *Metodelogi penelitian*, Pustaka Pelajar, jakarta, hal. 79.
- Burhan, Bungin, (2012), *Analisa data penelitian kualitatif*, Rajawali Pers, Jakarta, 53
- Daryono, (2011), *Manajemen Pemasaran*, CV. Yrama Widya, 1
- Dimas, Hendika Wibowo, (2017), *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Batik Di Jeng Solo)*, Diakses pada 22 Desember 2020
- Kartajaya, (2010), *on branding*, Gramedia Pustaka, Jakarta, hal 62.
- Kartini, (2014), *Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Dalam Mengkampanyekan Program Pengelolaan Sampah (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Paguyuban Sukunan Bersemi Dalam Mengkampanyekan Program kelola Sampah Mandiri di Dusun Sukunan, Sleman Tahun 2003 – 2009)*, Diakses pada 22 Desember 2020
- Kristina Tri Astuti, (2015), *Strategi Pemasaran Sosial Gamelan (Studi Deskriptif Mengenai Proses Perencanaan dan Implementasi Strategi Pemasaran Sosial Gamelan dalam Event Yogyakarta Gamelan Festival oleh Komunitas Gayam 16)*, Diakses pada 22 Desember 2020
- Nancy R. Lee, Michael L, Rothschild, dan Bill Smith, (2016), *Social marketing influencing behaviours for good*, edisi 4, Sage Publication, USA, 6.
- Noor, (2011), *Metode penelitian, Skripsi, tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Kencana Prenada Media Group, jakarta, hal 34, 35.
- Pengertian local brand**, <http://purelocalbrand.wixsitte.com/hom/apa-itu-local-brand>, (10/11/2020, 12,40 WIB)
- Pengertian-pemasaran-Ruang-lingkup-fungsi-tugas-dan-jenis-jenisnya**, [http://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian\\_pemasaran.html](http://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian_pemasaran.html). Diakses pada 30 Oktober 2020 , jam 11. 50

- Sallam, M.A. (2015). *The effects of satisfaction and brand identification on brand love and brand equity outcome: the role of brand loyalty. European journal of business and social sciences* 4(9), 42-55.
- Sandra, J., Langeslag, E. & Strien, J. W. V. (2016). *Regulation of romantic love feelings: preconception, strategies, and feasibility. Journal. Pone* 1(1), 1-29.
- Sugiyono, (2006), *metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, CV. Alfabeta, Bandung, 121.
- Sugiyono, (2009), *metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, CV. Alfabeta, Bandung, 300
- Sugiyono, (2010), *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, CV. Alfabeta, Bandung, 235-338.
- Sugiyono, (2013), *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, CV. Alfabeta, Bandung, 2, 224-231.
- Sugiyono, (2014), *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, CV. Alfabeta, Bandung, 73
- Sugiyono, (2015), *Metode penelitian kombinasi (mix methods)*, CV. Alfabeta, Bandung, 187.
- Sugiyono, (2016), *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, CV. Alfabeta, Bandung, 127.
- Tjiptono, Fandy (2006), *Pemasaran Jasa*, Banyumedia Publishing, Jakarta, hal 99
- Tjiptono, fandy, (2011), *Strategi Pemasaran*, edisi 3, Yogyakarta, hal 34.
- Unal, S. & Aydin, H. (2013). *An investigation on the evaluation of the factors affecting brand love. Social and behaviours sciences* 92(1), 76-85.
- Winit, W., Gregory, G., Cleveland, M., & Verlegh, P.W.J. (2014). *Global vs Local Brand; how home country bias and price differences impact brand evaluation. International marketing review*, 31(2),102-128. <https://doi.org/10.1108/IMR-01-2012-0001>
- Wardhana, (2015), *Pengaruh sosial marketing terhadap UMKM*.