

DAFTAR PUSTAKA

- Abiyuansyah, F. (2019). *Analisis Implementasi Strategi Content Marketing dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi pada Strategi Content Marketing Amstirdam Coffee Malang)*. Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya. <http://repository.ub.ac.id/172695/>
- Anggraini, C., & Triyah. (2023). *Pengaruh Komunikasi Strategi CSR Dan Stakeholder Management Terhadap Corporate Branding PT . Pertamina Ft Bandung Group*. *10(1)*, 493–504. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/19539/18916>
- Arifin, R. D. (2023). *Pengertian LinkedIn beserta Fitur, Fungsi, Manfaat, dll*. dianisa.com. <https://dianisa.com/pengertian-linkedin/>
- Arisandi, D., & Pradana, M. N. R. (2019). Pengaruh Penggunaan Social Media Terhadap Brand Awareness Pada Objek Wisata Di Kota Batam. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, *2(1)*, 109–116. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.263>
- Astuti, N. F. (2021). *Mengenal Fungsi Media Sosial, Berikut Pengertian dan Jenisnya*. Merdeka.com. <https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-fungsi-media-sosial-berikut-pengertian-dan-jenisnya-kln.html>
- Darmayanti Lisa, Putri Charolina Barus, & Kartini. (2020). Penelitian Tentang LinkedIn. *Jurnal Edukasi Nonformal*, *3(2)*, 197–206.
- Dwi Nanda, K., & Prasetya, A. (2017). Efektifitas Penerapan Metode Rekrutmen Online (E- Recruitment) (Studi Pada PT Industri Kereta Api (INKA) – Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *53(1)*, 96–104. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Erlinda, F. (2020). Pengaruh employer branding, reputasi perusahaan, dan website recruitment terhadap minat melamar kerja mahasiswa perguruan tinggi negeri Kota Malang di PT Bank Syariah Mandiri. In *Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- Faridha, S., & Farid. (2017). *Pengaruh Corporate Branding Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak Kota Banda Aceh*. *2(1)*, 1–16. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/1791>
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Harvard Business School Press.
- Halisa, N. N. (2020). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia “Sistem Rekrutmen, Seleksi, Kompetensi dan Pelatihan” Terhadap Keunggulan Kompetitif: Literature Review. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, *1(2 Desember)*, 14–22. <https://doi.org/10.34306/abdi.v1i2.168>

- Himma, F. (2022). *Rekrutmen adalah: Pengertian, Tujuan, dan Proses*. Majoo.id. <https://majoo.id/solusi/detail/rekrutmen-adalah>
- Kristiawan, A., Kurniawaty, K., Tjahyadi, R. A., & Febriano, S. (2022). *ANALISA PENGARUH BRAND IMAGE DAN CORPORATE BRANDING TERHADAP CONSUMER CHOICE PADA UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA: BRAND EQUITY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA SISWA SISWI SMA KRISTEN KOTA BANDUNG)*. 9(3), 1758–1773. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44293>
- Kurnianto, Y. T. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Pemasaran Minimuman di Banjarbaru. *Ilmu Komunikasi*, 8.
- Kurniawan, D. T., & Prameka, A. S. (2022). Apakah Career Website Employer, Social Media and Employer Branding Mempengaruhi Daya Tarik dan Keinginan Melamar pada Industri Perbankan? *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v9i1.30463>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Marhaeni, N. P. (2019). Analisis Pekerjaan Dan Perencanaan Sumber Daya Manusia Serta Pengaruhnya Terhadap Metode Rekrutmen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 3(02), 129–136. <https://doi.org/10.24123/jbt.v3i02.2508>
- Obala, T., & Novita. (2017). Pengaruh Dimensi-Dimensi Pembentuk Merek Perusahaan Pemberi-Kerja terhadap Niat Melamar Pekerjaan dengan Reputasi Perusahaan sebagai Peubah Pemediiasi. *Jurnal Magister Manajemen*, 9(1), 81–105.
- Ranti, S. (2022). *Begini Cara Membuat LinkedIn untuk Perusahaan*. Kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/14/17292607/begini-cara-membuat-linkedin-untuk-perusahaan>
- Renaldo Potale, B., Lengkong, V., & Moniharapon, S. (2016). Pengaruh Proses Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Bank Sulutgo. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(04), 453–464.
- Riadi, M. (2022). *Reputasi Perusahaan (Pengertian, Aspek, dan Indikator)*. KajianPustaka.com. <https://www.kajianpustaka.com/2022/06/reputasi-perusahaan.html>
- Rismelinda K, D. (2021). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Deskripsi Pekerjaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan di PT.Karya Tama Bakti Mulia. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau*, 2013–2015. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/16987>
- Setiani, B. (2013). KAJIAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PROSES REKRUTMEN TENAGA KERJA DI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmiah Widya*,

I(1), 38–41.

- Stokes, R. (2013). *eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world*. Quirk.
- Syabania, R. (2022). *ANALISIS CORPORATE BRANDING DI SEKOLAH*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/60792>
- Tzanidis, T. (2023). *20 Tahun LinkedIn: Makin Sukses karena Influencer dan Pandemi*. magdalene.co. <https://magdalene.co/story/20-tahun-linkedin>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278.
- Widi, S. (2023). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. DataIndonesia.id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Zakawali, G. (2022). *Bukan Cuma Jobseeker, Ini 7 Manfaat LinkedIn untuk Kembangkan Bisnismu*. Sirclo Store. <https://store.sirclo.com/blog/manfaat-linkedin/>