

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Anthony, Mayfield. 2009. *What is Social Media?*. London: iCrossing
- Argenti, Paul A. 2010. *Corporate Communications, 5th ed.* Penerjemah Putri Aila Idris. Komunikasi Korporat, edisi 5. Jakarta: Salemba Humanika.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel.* Jakarta: Media Kita
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya.* Jakarta: Prenada Media Group.
- Denzin & Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research.* Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran (Edisi ketiga belas Jilid 2).* Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran.* Jakarta: Kencana
- Moleong L.J. 2011. *Metode Penelitian Edisi Kualitatif Edisi Revisi.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Muzellec, Laurent; Lambkin, Mary. 2006. “*Corporate Rebranding: Destroying, Transferring or Creating Brand Equity*”, *European Journal of Marketing.* Vol. 40, No. 7
- Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media.* ElexGamedia. 2011
- Silalahi, Ulber. 2015. *Metode Penelitian Sosial.* Bandung: PT Refika Aditama
- Smith, P.R. 2014. *SOSTAC® Guide To Your Perfect Digital Marketing Plan.* US

Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

Jurnal :

Aliansyah, Fithrah Ali,. 2017. *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA INSTAGRAM (STUDI KASUS FOREVER YOUNG CREW)*. dalam e-Proceeding of Management : Vol.4, No.3

ANNISA, NURUL. 2014. *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE (Studi Kasus pada Pemasaran Online di “REALInc Store”)*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Jarwo. 2016. *ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE GENERASI 3.0 MELALUI APLIKASI INSTAGRAM*. Cyber-Techn. Vol 11

Lomax, W. dan Mador, M. 2006. *Corporate Re-branding: From Normative Models To Knowledge Management*. dalam Brand Management. Volume 14 No. 1&2

Saniya. 2014. *Analisis Strategi Pemasaran Online Pada Brand Komersial Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (studi Terhadap Brand Victoria’s Secret PINK)*. Depok: FISIP UI

Sarastuti, Dian. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova*. dalam Jurnal Visi Komunikasi. Volume 16, No.1 : 71 – 90

Sumber lain :

<https://apjii.or.id/> , diakses pada hari Senin 4 Februari 2019

<https://prsmith.org/sostac/> , diakses pada hari Jumat 8 Maret 2019

<http://review.femaledaily.com/products/grooming/deodorants/rexona/rexona-teens>
 , diakses pada hari Kamis 7 Februari 2019

<http://reviews.femaledaily.com/products/grooming/deodorants/rexona/rexona-dreamy-white-and-glowing> , diakses pada hari Kamis 7 Februari 2019

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_1 , diakses pada hari Senin 4 Februari 2019