

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bungin, Burhan, H.M (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malaang: Kelompok Intrans Publishing.
- Sugiarto, Matthew. (2018). *#Instagrammarketing Cara Sistematis Mengumpulkan Follower Permanen di Instagram dan Membuat Mereka Membeli dari Anda*. Jakarta: PLP Book.
- Suharyanti. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Strategi Brand Extension*. Jakarta: Penerbit UB Press Universitas Bakrie.
- Tuten, Tracy L, Michael R Solomon. (2015). *Social Media Marketing 2nd Edition*. London: Pearce Education.

JURNAL DAN SKRIPSI

- Aliansyah, Muhammad Rifqi, Dini Salmiyah Fithrah Ali. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Forever Young Crew)*. Jurnal e-Proceeding of Management. Vol.4, No.3
- Azzah, Hana Rafidah Ashilla. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Social media Instagram melalui AIDA pada Pembelian Online Shop @Purple.ID*. Skripsi. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Christian, Albertus & Dharmayanti, Diah. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty The Light Cup Di Surabaya Town Square*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2, h1-13.
- Pratama, Danu Darrya. (2018). *Analisis Perception Of Fit Strategi Brand Extension PT. Bakrie & Brothers Menjadi Universitas Bakrie*. Skripsi. Jakarta: Universitas Bakrie.

- Putri, Farah Dhiyah Anisah. (2018). *Analisis Perception of Fit Strategi Brand Extension Dari Fiesta Frozen Food Menjadi Minuman Ready-To-Drink Fiesta White Tea*. Skripsi. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Sam, Nurandini Alya. (2018). *Pemanfaatan Akun Instagram @Explorebulukumba Dalam Mempopulerkan Potensi Pariwisata Kab. Bulukumba*. Skripsi. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Walid. (2018). *Penggunaan Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Platbm1912 Di Kota Pekanbaru*. Jurnal *Online Mahasiswa FISIP Universitas Riau*. Vol.5: Edisi I Januari - Juni 2018.
- Wardana, Gusti Delima. (2018). *Penggunaan Social media Instagram Cakelinian Dalam Membangun Brand Awareness*. Skripsi. Jakarta: Universitas Bakrie.

SITUS

- BisnisUKM. (2018). *Kelebihan Dan Kekurangan Berjualan Di Instagram* di <https://bisnisukm.com/kelebihan-dan-kekurangan-berjualan-di-instagram.html>. (diakses pada 22 April 2019).
- DID& Co. (2018). *INSTAGRAM ADS* di <https://didand.co.id/instagram-ads/>. (diakses pada 22 April 2019).
- Katadata. (2019). *Berapa Pengguna Social media Indonesia?* Di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia> (diakses pada 18 Maret 2019).
- Pinem, Walter. (2018). *30+ Fitur Terbaru Instagram yang Perlu Anda Ketahui* di <https://www.seniberpikir.com/fitur-terbaru-instagram/>. (diakses 10 Mei 2019).
- Ponselsoak. (2019). *4 Fitur Instagram Story "InstaStory" Terbaru 2019* di <https://ponselsoak.com/fitur-instagram-story/>. (diakses pada 22 April 2019).
- Winarso, Bambang. (2015). *Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?* Di <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>. (diakses pada 22 April 2019).