

Daftar Pustaka

Buku

- Atmoko, D. B. (2010). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Gurnelius, S. (2011). *30-Minute Sosial Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *User of The World, Unite The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Kertajaya, H. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Larry A. Samovar, R. E. (2015). *Komunikasi Antar Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. (2010). *Metodology Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mukhtar. (2013). *Metodologi Praktis Penelitian Kualitatif*. Jakarta Selatan: GP Press Group.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Philip Kotler, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Prayudi, & Juanita, J. (2015). Strategic Corporate Communication dalam Proses Repositioning dan Rebranding. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 159 - 176.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Prisani Cendekia.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Smith, P., & Zook, Z. (2011). *Marketing Communications: Integrating offline and online with social media*. Great Britain: Ashford Colour Press.
- Stanton, W. J. (2010). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjipto, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: 2011.
- Tjipto, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.

Jurnal

- Damayanti, E., & Pamungkas, I. N. (2018). Konten Digital Marketing Melalui Instagram Warteg Hipster Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness. *Journal Management*, 1334.
- Fauzi, V. P. (2016). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing ER-Corner dalam Membangun Brand Awareness di Pekanbaru. *Journal Ilmu Komunikasi*.
- Handayani, S., & Martini, I. (2014). Model Pemasaran di Era New Wave Marketing. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akutansi*, 15 - 16.
- Paramitha, C. R. (2011). *Analisis Faktor Pengaruh Promodi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*. Semarang: fak. Ekonomi UNDIP.

- Prayudi, & Juanita, J. (2010). *Strategic Corporate Communication* dalam Proses *Repositioning* dan *Rebranding*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 159-176.
- Rizky, M., & Moeliono, N. N. (2019). Pengaru Digital Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness Asia Catering Bogor. *e-Proceeding of Management*, 4165.
- Simamora, D. (2019). Aktifitas Promosi RUmah Makan Grill Bro di Media Sosial Instagram Pada Akun @GrillBro.ID. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 144 -154.