

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Banisalam, K. (2012). *How to Start a Small Business Clothing Line to be Run Efficiently With Minimum Capital and Maximum Profit (Vol.1)*. San Luis Obispo.
- Diamond, S. (2015). *The Visual Marketing Revolution 20 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial*. Jakarta: Pearson Education, Inc.
- Emizir. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Enterprise, J. (2012). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Evans, D., & McKee, J. (2010). *Social Media Marketing*. Canada: Wiley Publishing, Inc.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ghazali, M. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook & Instagram*. Malaysia: PTS PUBLICATION & DISTRIBUTORS SDN.BHD.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Hawkins, D., & Mothersbaugh. (2010). *Consumer Behaviour eleventh edition*. New York: Mc Grawn Hill.

- Keller, K. (2013). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity (4th ed.)*. England: Person Education, Inc.
- Loekamto, A. (2012). Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Online Shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen Vol. 1 No. 3*.
- Moelong, L. J. (2011). *Metodelogi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nurhalimah, S. (2019). *Media Sosial Dan Masyarakat Pesisir : Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Prasetyo, B. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Malang: UB Press.
- Saputra, D. H. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Saputra, L. (2013). *Pengantar Kebutuhan Dasar Manusia*. Binarupa Aksara.
- Sari, W. P., & Irene (Ed.), L. (2019). *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Shimp, T. A. (2013). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communication*. USA, South-Western: Cengage Learning.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Solis, B. (2010). *Engage “The Complete Guide for Brands and Bussiness to Build Cultivate and Measure Succes on The Web, New Jersey: John Wiley & Sons*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2010). *Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Buku Ajar Perkuliahan.
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublisher.

JURNAL

- Febriani, Mega. (2014). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Pada Media Sosial Twitter @PekanbaruCo. *JOM FISIP*, Vol. 1 No. 02.
- Mulitawati, Iga Mauliga dan Maya Retnasary. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun *Brand Image* Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun Instagram @ahlinyaobatmaag). *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*. Vol. 4 No. 1.
- Yuliartha, Hady dan dkk. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bali United Dalam Membangun Brand Image Sebagai Klub Sepakbola Professional. *E-Jurnal Medium*, Vol. 1 No. 1.
- Tamara, Jessica dan Yugih Setyanto. (2018). Strategi Public Relations dalam Membangun Brand Image Jamu (Studi pada Suwe Ora Jamu Kedai Jamu & Kopi). *Prologia*, Vol. 2 No. 2.
- Rina, Nofha dan Ruri Wahyu Yuriadi. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Brand Image Brownies Amanda Sebagai Kue Oleh-Oleh Bandung. *Jurnal Lingkar Studi Komunikasi*, Vol. 5 No. 1.
- Rahastine, M.P. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran The Flat Shoes Company Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Online. *Jurnal Komunikasi VIII(2)*, 81-91
- Moriansyah, La. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: *Antecedents* Dan *Consequenses*. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol. 19 No. 3.

Evelina, Lidya Wati dan Fitri Handayani. (2018). Penggunaan *Digital Influencer* Dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra). *Warta ISKI*, Vol. 01 No. 01.

Efrida, Sella dan Anisa Diniati. (2020). Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram Dalam Membangun *Personal Branding* Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol. 8 No. 1, 57-71

WEBSITE

Pakarkomunikasi.com. (2017). 20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli.

Diakses pada tanggal 10 Mei 2020, dari

<https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>

Detikinet.com. (2020). Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia. Diakses pada tanggal 10 Mei 2020, dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>

Teknoia.com. (2020). Data Internet di Indonesia dan Perilakunya Tahun 2020. Diakses pada tanggal 10 Mei 2020, dari <https://teknoia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya-880c7bc7cd19>

Dailysocial.id. (2015). Apa itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?. Diakses pada tanggal 10 Mei 2020, dari <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>

Beritakota.co.id. (2019). Perkembangan brand lokal Indonesia yang Menarik Minat Anak Muda. Diakses pada tanggal 13 Mei 2020, dari <https://beritakota.co.id/2019/11/28/perkembangan-brand-lokal-indonesia-yang-menarik-minat-anak-muda/>

Highlight.id. (2018). 15 Merek *Clothing* Distro Lokal Indonesia Yang Koleksinya Bagus-Bagus. Diakses pada tanggal 31 Agustus 2020, dari <https://highlight.id/merek-clothing-branded-distro-lokal-indonesia-kualitas-desain-bagus-keren-terkenal/>