

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

Muzellec, Laurent; Lambkin, Mary. 2006. "Corporate Rebranding: Destroying, Transferring or Creating Brand Equity", *European Journal of Marketing*.

Vol. 40, No. 7

Moleong L.J. 2011. *Metode Penelitian Edisi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung:

PT. Remaja Rosdakarya

Sugiyono. 2011. *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Alfabeta.

Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media*.

ElexGramedia. 2011 Anthony, Myfield (2008). *What is Social Media?*. London:

I Crossing

Kotler, Phillip. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

Zarella, D. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu

Semesta Anggota IKAPI.

Weber, L. (2009). *Marketing To Social Web : How Digital Customer*

Communities Build Your Bussines. Willey Inc.

### **Jurnal:**

Solomon; *Moving on from Facebook: Using Instagram to Connect with*

*Undergraduates and Engage in Teaching and Learning. College &*

*Research Libraries News Vol. 74, No. 8. 2013*

Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis

(SNAPER-EBIS 2017) – Jember, 27-28 Oktober 2017 (hal 406-410)

ISBN : 978-602-5617-01-0

RR Aprilia, Nur Aini. 2018. Strategi Promosi PT. Mandiri Jogja Internasional (MJOINT) dalam Memperkenalkan Produk Kulit Merek Bucini Melalui *Website* dan Instagram pada tahun 2016- 2018. Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Yuni Tresnawati, Kurniawan Prasetyo. 2018. Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner Kika's Catering di Media Sosial. Bandung: Universitas Padjadjaran.

Novellia Vanessa. 2019. Pengaruh Penggunaan Instagram Bisnis Sebagai Media Marketing Terhadap Niat Beli Konsumen Olben's Garage and Coffee. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan

Andra Nangin. 2019. Optimasi Instagram dan Kontennya. Jakarta

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

Hidayah, Nurul (2018) Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Membantu Penjualan Living Space dan Efo Store.

Nugraga, Dewi Kurniawati (2015) Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa.

Rahadi, Dedi Rianto, Zainal (2016) Media sosial Marketing. Dalam Mewujudkan E-Marketing.

Maani, Hikmatul (2019) Penggunaan Media Sosial “INSTAGRAM” JEJE Radio

Dalam Meningkatkan Keputusan Pendengar

*Listiani, E. (2016). Peran instagram dalam pemasaran bagi dunia usaha.*

*Pangkalpinang: Prosiding The Power of Communication Conference  
2016*

*Prihantoro, E. (2016). Akun instagram dagelan sebagai media promosi brand*

*dan bisnis lokal indonesia. pangkalpinang:Prosiding The Power of  
Communication Conference 2016*

*Zinaida, R. S. (2016). Upaya pengenalan produk kuliner lokal melalui bauran*

*komunikasi pemasaran digital. Pangkalpinang: Prosiding The Power of  
Communication Conference 2016*

Walid. 2018. Penggunaan Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam

Membangun Brand Awareness Platbm1912 Di Kota Pekanbaru. Jurnal  
Ilmu Komunikasi Vol. 5 Edisi 1.

**Sumber lain:**

<https://karinov.co.id/ccontoh-bisnis-model-canvas/> , diakses pada hari Kamis, 28  
Mei 2020

<https://www.dewaweb.com/> , diakses pada hari Jumat, 24 Juli 2020

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/> , diakses pada hari  
Jumat, 24 Juli 2020

<https://id.techinasia.com/kunci-sukses-pemasaran-di-instagram> , diakses pada  
hari Selasa, 22 Mei 2020

<https://gadgetdiva.id/news/7522-fitur-baru-instagram-2020/> , diakses pada hari

Selasa, 12 Februari 2020

[https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_sosial](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial) , diakses pada hari Senin, 11 Februari

2020

<https://www.finansialku.com/membuat-rencana-bisnis-atau-business-plan/> ,

diakses pada hari Kamis, 2 Juli 2020

<https://dosen.perbanas.id/penelitian-kualitatif-pendekatan-grounded-theory> ,

diakses pada hari Minggu, 26 Juli 2020

<https://gegeriyadi.com/brand-equity/>, diakses pada hari Selasa, 28 Agustus 2020