

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Atmoko, D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Creswell, J. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, Amstrong, P., & Gary. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kristo, R. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lestari, Ellys. (2013). *Qualitative Research Methodology in Communication, Konsep, Panduan, dan Aplikasi*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Murdiyanto, Eko. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi) disertai Contoh Proposal*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat, UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Pamungkas. (2016). *IMC"0"Logy*. Yogyakarta: Deepublish.
- Pamungkas, & Lestari. (2016). *Marketing Communication in Cyber Media Era*. Yogyakarta: Deepublish.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suwarman, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Wahyuningsih, Sri. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya)*. Madura: UTM Press

Jurnal:

Acmed, Setianti, & Puspitasari. (2019). *Pengelolaan Instagram @humas_sumedang Sebagai Media Komunikasi dan Media Informasi Oleh Humas Sekretariat Daerah Sumedang*. Jurnal komunikasi Vol. 05 No. 02. Universitas Padjajaran.

Bansal, S., & Dr.Ipshita. (2018). *Consumer Engagement In Electronic Word of Mouth on Social Networking Sites*. *Journal of Marketing and Retail Management*.

Cheung, C., & Thadani. (2010). *The Effectiveness of Electronic Word-of-Mouth Communication: A Literature Analysis*. *Bled eConference*.

Gumilar, Merdekawati, & Zulfan. (2018). *Komunitas Olahraga Untuk Kaum Urban Bandung: Membangun Jaringan komunikasi Melalui Media Sosial*. Jurnal Komunikasi Vol. 01 No. 01, Februari. Universitas Padjajaran.

Hifziati, L. (2017). *Pembentukan Kultur Konsumtif Melalui Ewom Kuliner di Instagram*. Jurnal Komunikator Vol. 09 No. 02. Universitas Muhamadiyah Yogyakarta.

Jeong, & Jang. (2011). *Restaurant Experiences Triggering Positive Electronic Word of Mouth Motivations*. *Internationals Journal of Hospitality Management*.

- Kusuma, R. S. (2020). *Dampak Media Sosial Dalam Gaya Hidup Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswi Administrasi Perkantoran FE UNY)*. Jurnal Efisiensi Kajian Ilmu Administrasi Vol. 17 No. 01. Februari. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Monanda, R. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram @awkarin Terhadap Gaya Hidup Hedonis di Kalangan Followers Remaja*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 04 No. 02. Universitas Riau.
- Nabila, F. (2018). *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Remaja (Penelitian di Desa Kepala Bandar Kecamatan Susoh Kabupaten Aceh Barat Daya)*. Jurnal Ilmiah Vol. 03 No. 02. Universitas Syiah Kuala.
- Ekamara (2013). *Gaya Komunitas Pemuda: Studi Kasus Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) Yogyakarta*. Jurnal Studi Pemuda Vol. 02 No. 02. Universitas Gajah Mada.
- Ryan, Allen, Gray, & McInerney. (2017). *How Social Are Social Media? A Review of Online Social Behaviour and Connectedness*. *Journal of Relationship Research*.
- Sonnya, S., & Yuliana, D. (2017). *Electronic Word of Mouth Melalui Youtube: Studi Terhadap Beauty Vlogger Kosmetik Wardah*. Jurnal Komunikasi Vol. 08 No. 01 Universitas Pancasila.
- Stollfuß. (2020). *Communitainment on Instagram: Fitness Content and Community-Driven Communication as Social Media Entertainment*. SAGE Open Vol. 10 No. 02.
- Vviana, & Ayu, D. (2018). *E-WOM Oleh Kaum Milenial Terhadap Akun @makansampaikenyang Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner*. Jurnal FIKOM Vol. 02 No. 02. Desember. Universitas Tarumanegara.

Wallsbeck, F., & Johansson, U. (2014). *Instagram Marketing: When Brands Want to Reach Generations Y with Their Communication*.

Widyaningtyas. (2018). *Optimalisasi Media Sosial Oleh Komunitas Penggerak Halal Dalam Menyosialisasikan Gaya Hidup Halal Kepada Masyarakat*. Jurnal FISIP Vol. 02 No. 02. Universitas Sultan Agung Tirtayasa.

Skripsi:

Kiranasari, Betari. (2014). *Faktor-Faktor yang Menentukan Online Seller Memilih Situs Jejaring Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Faktor-Faktor yang Menentukan Toko Online di Yogyakarta Memilih Media promosi Instagram)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Priadi. (2018). *Implementasi Human Capital Pada PT. Telkom Indonesia Kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Bandung*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Pasundan.

Website:

<https://mix.co.id/marcomm/news-trend/marketer-juga-harus-bergaya-hidup-sehat-ini-contohnya/> (Diakses pada tanggal 27 April 2020 jam 21:32)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia> (Diakses pada tanggal 26 Mei 2020 jam 15:21)

<https://www.primafit.com/life-coach/mike-trees-si-pecinta-olahraga/> (Diakses pada tanggal 8 September jam 17:30)