

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Hawkins, D., & Mothersbaugh. (2010). *Consumer Behaviour eleventh edition*. New York: Mc Graw Hill.
- Keller, K. (2013). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity (4th ed.)*. England: Person Education, Inc.
- Moelong, L. J. (2011). *Metodelogi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moelong, L. J. (2011). *Metodelogi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosio teknologi*. Bandung.
- 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*.
- Suryana. (2010). *Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Buku Ajar Perkuliahan.
- 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.
- 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 @ahlinyaoobatmaag). *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasidan Sosial*. Vol. 4 No. 1.

Moriansyah, La. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: *Antecedents* Dan *Consequenses*. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol. 19 No.3.

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

Website

(<https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari> Diakses pada tanggal 29 Mei 2021)

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton#> Diakses pada tanggal 30 Mei 2021)