

## Daftar Pustaka

- Agusta, J. (2014). Mengukur Brand Relationship Melalui Brand Reputation dan Brand Teribalism. *Jurnal Ekonomi FEB UI*.
- Astuti, M. (2014). *Periklanan dalam Praktik dan Teori*. Surabaya: Politeknik Negeri Surabaya.
- Devito, J. (2011). *Komunikasi Antar Manusia* .
- Dian, H. U. (2016). PENGARUH TESTIMONI DALAM PERIKLANAN. *Jurnal Ekonomi UPI*.
- Dosen Ekonomi. (2020, July 25). *Sales Promotion*. Retrieved from sarjanaekonomi.co.id: <https://sarjanaekonomi.co.id/sales-promotion/>
- Hidayat. (2018). The effectiveness of enrichment test instruments design to measure students' creative thinking skills and problem-solving. *Thinking Skills and Creativity*, 161-169.
- Jefkins, F. (2003). *Human Relation & Public Relation*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005). *Principles of Marketing*. London: Financial Times Prectice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Mercadotecnia*. Pretince: Hall Hispanoamericana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. London : Pearson Education,Inc.
- Lee, S. (Director). (2018). *BlacKkKlansman* [Motion Picture].
- Leech, G. (2014). *The Pragmatics of Politeness*. Oxford: Oxford University Press.
- Maniruddin. (2019). KOMUNIKASI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM. *JURNAL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*.
- Miliza , G. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana*. *Malaysia: Publishing House*.
- Nurdin, A. (2020). *Teori komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Prenada Media.
- O'Sullivan, & Carr. (2018). Masspersonal communication: A model bridging the mass-interpersonal divide. *New Media & Society*. *New Media & Society*.

- Putra, R. (2013). BENTUK DAN FUNGSI KATA UMPATAN PADA KOMUNIKASI INFORMAL DI KALANGAN SISWA SMA NEGERI 3 SURABAYA: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK. *Jurnal bahasa*.
- Rosidin, O. (2010). *Kajian Bentuk, Kategori dan Sumber Makian, serta Alasan Penggunaan Makian oleh Mahasiswa*. Jakarta: UI.
- Safitri, N. A. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Melalui Media Sosial*. Madura: Universitas Trunojoyo Madura.
- Saifudin. (2018). Konteks dalam Studi Linguistik Pragmatik. *Jurnal Bahasa dan Sastra*.
- Supriyati. (2012). *Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Bandung: LABKAT.
- sygmainnovation.com. (2020, June 1). *sygmainnovation.com*. Retrieved from <https://sygmainnovation.com/ini-dia-manfaat-fitur-insta-story-pada-Instagram/>
- Turner, L., & West, R. (2010). *Understanding Interpersonal Communication: Making Choices in Changing Times*. Cengage learning.
- Van Dijk, J. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication* .
- Watie, E. D. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial*. Semarang: Universitas Semarang.
- Wijaya, B. S. (2015). From Selection to Proposition: Qualitative Data Analysis Model and Method. *Journal of Communication Spectrum*, 5(1), 1-12.
- Wijaya, B. S. (2018). Relasi Konsumen dan Merek dalam Dimensi Simbolik, Sosial, dan Politik. Dalam Budiawan & I. K. Ardhana (eds). *Budaya-budaya di Indonesia dalam Tegangan dan Negosiasi Global-Lokal*, (hal. 236-264).
- Wijaya, B. S. (2019). Case Study. *Qualitative Research Methodology Series*. Universitas Bakrie.
- Wijaya, B. S. (2019). Relasi Konsumen dan Merek di Indonesia: Disposisi Individual dan Refleksi Sosio-kultural. *Disertasi. Universitas Gadjah Mada*.
- Yin, K. R. (2018). *Case Study Research Application*. Manhattan: Massachusetts Institute of Technology.