

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2016). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications (7th Edition). England: Pearson.
- Priansa Donni Juni. (2017). Sosial Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Moleong, L. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., (2014). Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3. USA: Sage Publications
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Jurnal

- Arshano, Sahar. 2014. *Fenomena New Media 9gag*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Shintadevy Maryolein, Nadya Dwina Hapsari dan Rani Chandra Oktaviani. 2019. *Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium*. Universitas Budi Luhur. *Avant Garde Volume 07 No 01 Juni 2022*.
- Aprilia, L., Candraningrum, D., & Pandrianto, N. 2019. Strategi Content Marketing Untuk Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Video Aftermovie Djakarta Warehouse Project). Universitas Tarumanegara. *Prologia*, 3(1), 177-181.
- Andrian Pratama, Raditya. 2021. Strategi Sosial Media Marketing by.U dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram. Bachelor Thesis thesis, Universitas Multimedia Nusantara.
- Ida Fariastuti, Muhammad Abdul Azis. 2019. Strategi Komunikasi Pemasaran Onefourthree.Co Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*. Universitas Prof. Dr. Moestopo. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol. 2, No. 1, 54 – 69.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65, 1480–1486.
- Martin, K., & Todorov, I. (2010). How will digital platforms be harnessed in 2010, and how will they change the way people interact with brands? *Journal of Interactive Advertising*, 10(2), 61-66.
- Muhammad Alfiyan Nazib, Harry Soesanto. 2016. Analisis Pengaruh Brand Awareness, dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Deterjen Merek BOOM di Kabupaten Bojonegoro). Universitas Diponegoro.
- Persada Satria F, Baihaqi Imam, Santoso Amanda P. 2017. Pengaruh Konten *Post* Instagram terhadap *Online Engagement*: Studi Kasus pada Lima Merek

Pakaian Wanita. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Rakha Haidar. 2019. Strategi Branding Salvadore Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Branding Salvadore Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung). Other thesis, Universitas Komputer Indonesia.

Rifanto Bimo, Satriadi. 2021. Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Eventori. Tugas Akhir (S1) – thesis. Universitas Bakrie.

Yunita Nainggolan, M.Zaini, Fareis Athalets. 2018. Penggunaan Media Sosial Instagram untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 dalam Mempromosikan Pariwisata di Kalimantan Timur. Universitas Mulawarman. 6 (3): 136-148.

Website

(<https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> diakses pada tanggal 12 April 2022)

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/29/jumlah-penduduk-indonesia-269-juta-jiwa-terbesar-keempatdunia#:~:text=Indonesia%20berada%20di%20peringkat%20keempat,penduduk%20Indonesia%20adalah%20masyarakat%20urban> diakses pada tanggal 20 April 2022)

(<https://majoo.id/solusi/detail/social-media-marketing> diakses pada tanggal 24 April 2022)

(<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> diakses pada tanggal 16 Juni 2022)

(<https://penalaran-unm.org/penyajian-data-dalam-penelitian-kualitatif/> diakses pada tanggal 16 Januari 2023)

(<https://crewdible.com/edukasi/topik/sales-marketing/engagement-instagram-adalah#:~:text=Jadi%2C%20definisi%20dari%20engagement%20Instagram,baik%20memberikan%20like%20maupun%20komentar.> diakses pada tanggal 16 Februari 2023)