

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputra, G. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elviro, Lukiati Komara, Siti Karlina. (2009). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi IV, Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita Jakarta.
- Creswell, John W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approach*. Sage Publication
- Deddy, M. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Durianto, D. S. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (1993). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.

- Gunawan, I. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ismail, N. (2015). *Metodologi Penelitian Untuk Studi Islam*. Yogyakarta: Samudera Biru.
- Joseph, T. (2011). *APPS The Spirit of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Katherina, H. (2022 йил 09-12). Katadata.co.id. (C. M. Annur, Editor, & Katadata Media Network) Retrieved 2023 йил 06-03 from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/09/pengguna-internet-meningkat-riset-nielsen-indonesia-tv-tetap-nomor-satu>
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: Gramedia.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building Measuring and Managing Brand Equity* (fourth Edition ed.). Global Edition Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., Koshy, A., & Jha, M. (2017). *Marketing Management: A South Asian Perspective*. Pearson Education
- Kurniawan, S. (2019). *Jurnal Rencana Bisnis Pendirian Usaha Digital Marketing Agensi Marketing IN di Bekasi Selatan*. *Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie*.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu.
- Moloeng, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muda, D. I. (2003). *Jurnalistik Televisi : Menjadi Reporter profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Muhammad Safrianto, L. O. (2018). Pemanfaatan Instagram Dalam Membentuk Personal Branding Duta Bahasa Sulawesi Tenggara. *Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi & Informasi* , 3 No 4.
- Nabila, F. (2018). *Fenomena Penggunaan Media Soisal Instagram Terhadap Gaya Hidup Remaja*.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12 jilid 1 & 2 ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jilid (Edisi 5) ed.). Jakarta: Erlangga.
- Supriyono, F. F. (2018). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Produk Internasional (Survei Pada Komunitas Xiaomi Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis* , 74-79.
- Rakhmat, J. (2012). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wijaya. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa* (kedua ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia group.