

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Chaffey, Dave & Fiona Ellis-Chadwick. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice 6th edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Gunelius, Susan. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Kingsnorth, Simon. (2016). *Digital Marketing Strategy an integrated approach to online marketing*. Philadelphia: KoganPage.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012) . *Marketing Management*, 13th Edition . New Jersey: Preason Prentice Hall.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana
- M Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis

Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Shimp, Terence A dan J. Craig Andrews. (2013). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communication Ninth Edition*. USA, South Western: Cengage Learning.

Jurnal

Angkie, N. S. (2019). Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap *Brand Equity* pada *Brand Fashion* Zara, H&m, Pull&bear, dan Stradivarius di Surabaya. *Agora*, 7(1).

Aretha, B., Primadani, B. (2019). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Brand Equity*. Universitas Putera Batam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, Vol. 7, No.1.

As' ad, H. A. R., & Alhadid, A. Y. (2014). The impact of *Social Media Marketing* on *brand equity*: An empirical study on *Mobile Service Providers* in Jordan. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 3(1), 315.

Febriyan, F., & Supriono, S. (2018). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap *Brand Awareness* Pada Produk (Survei Pada Komunitas Xiaomi Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(1), 74-79.

Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 152-159.

Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun *Brand Awareness*. *PROfesi Humas*, 3(1), 1-20.

Pertiwi, Dewanti, & Gusfa, H., (2018), Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan *Brand Awareness* Pada Kalbis Institute, Jurnal Media Komunikasi, Vol.VIII, No.2, Desember.

Pribadiono, A. (2016). Transportasi Online vs Transportasi Tradisional Non-Online Persaingan Tidak Sehat Aspek Pemanfaatan Aplikasi Oleh Penyelenggara Online. *Lex Jurnalica*, 13(2), 146691.

Walid. (2018). Penggunaan Instagram Sebagai *Social Media Marketing* Dalam Membangun *Brand Awareness* PlatBM1912 Di Kota Pekanbaru. Universitas Riau, JOM FISIP Vol. 5: Edisi I.

Website

Wearesocial.com. (Januari 2020). Special Reports Digital 2020: 3.8 Billion Peoples Use Media sosial. Diakses pada 20 April 2020, dari <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>

Truemoney.com. Tentang Kami. Diakses pada 20 April 2020, dari <https://www.truemoney.co.id/tentang-kami>.

Western Union. About Us. Diakses pada 22 Juli 2020, dari <https://corporate.westernunion.com/index.html>

Cupnation.co.id. Pengguna Facebook dan Instagram di Indonesia terbesar keempat di Dunia. Diakses pada 20 April 2020, dari <https://www.cuponation.co.id/magazin/indonesia-berada-pada-peringkat-ke-empat-pengguna-facebook-dan-instagram-terbanyak>.

Ndrc.ie. diakses pada 20 April 2020, dari . <https://www.ndrc.ie/>

Business.instagram.com. Jadi Beda Dengan Instagram. Diakses pada 16 Mei 2020, dari https://business.instagram.com/getting-started?locale=id_ID