

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, Elvinaro. 2016. *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing 14th edition*. New Jearsey: Pearson Education Inc, 67.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management eBook*. Pearson Higher Ed.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho- Ming, O. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. Pearson/Prentice-Hall.
- Lindawati, S., Hendri, M., & Hutahaeen, J. (2020). *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Matthew, Sugiarto. (2018). *Instagram Marketing: 3 cara cara sistematis mengumpulkan follower permanen di instagram dan membuat mereka menjadi membeli dari anda*. Surabaya: Gramedia.
- Moleong, L. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D (cetakan 15)*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Alamsyah, Doni Purnama, dkk. 2021. *Digital Marketing: Implementation of Digital Advertising Preference to Support Brand Awareness*. 20(2).
- Corniani, M. (2006). *Digital marketing communication*. *Symphony: Emerging Issues in Management*, (2), 41-61.
- ERCAN, Tuğçe dan Füsün ÇİZMECİ. 2015. *The Effect of Digital Marketing Communication Tools in the Creation Brand Awareness By Housing Companies*. 10(2): 149-161.

Fauzi, Viny Putri. 2016. Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand awareness Di Kota Pekanbaru. Universitas Riau, JOM FISIP Vol. 3 No. 1.

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen, 2(2), 271-278.

Purbohastuti, Arum Wahyuni. 2017. Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. Tirtayasa Ekonomika 12(2): 212.

Rustandi, Diki dan Femi Oktaviani. Implementasi *Digital Marketing* Dalam Membangun *Brand Awareness*. Vol. 3, No.1.

Sugandi, Mohamad Syahriar dan Diana Fitri Kusuma. 2018. Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. Vol. 3, No.1.

Website

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> (diakses pada 20 September 2021)

<https://dailysocial.id/post/globalwebindex-indonesia-messaging-belanja-online> (diakses 22 September 2021)

https://www.kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satker (diakses 22 September 2021)

<https://industri.kontan.co.id/news/juru-iflix-menggaet-pelanggan> (diakses 22 September 2021)

<https://www.sekawanmedia.co.id/blog/media-sosial-untuk-bisnis/> (diakses 27 September 2021)

<https://www.instagram.com/iflix.id/> (diakses 27 September 2021)

<https://www.instagram.com/viuindonesia/> (diakses 27 September 2021)

<https://www.instagram.com/netflixid/?hl=id> (diakses 27 September 2021)