

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1996). *Managing Brand Equity : Capitalizing on the Value of a Brand*. New York: The Free Press.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Basu, Swastha, & I. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Bungin, B. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi (Pertama)*. Jakarta: PT Kencana Perdana.
- Bungin, B. (2014). *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Cresswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (Fourth edi). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Djunaidi, G. M. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Durianto, D. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS Group.
- Flew, T. (2007). *New Media: An Introduction*. Oxford University Press USA.
- Herdiana, N., Abdurrahman, D., & Sanusi, A. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.

- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Janita, D. (2005). *Perspektif Baru Dalam Strategi Branding*. Jakarta: Amara Books.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedu). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Keti). Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Krisyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Kencana Perdana.
- Lister, M. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. London: New York: Routledge.
- Machfoedz, M. (2010). Komunikasi pemasaran modern. *Yogyakarta: Cakra Ilmu*.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi Buku Denis McQuail*.
- Minallah, F. (2019). ORBITGear: Do Good and Good Will Come to You. Retrieved October 18, 2020, from <https://www.darahkubiru.com/2019/05/orbitgear-do-good-and-good-will-come-to-you/>
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Teori dan praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Setiawan, R. (2013). KEKUATAN NEW MEDIA DALAM MEMBENTUK BUDAYA POPULER DI INDONESIA ( Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan

Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube ), 1(2), 355–374. Retrieved from <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=762>

Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jilid I). Jakarta: Erlangga.

Subagyo, P. J. (2006). *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2010). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014a). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014b). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sutisna. (2003). Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya dalam Pemasaran. *Ghalia Indonesia, Jakarta*. <https://doi.org/10.1007/BF01013984>

Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & Strategi Merek* (3rd ed.). Yogyakarta: CV ANDI OFSET.

Zulganef. (2008). *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Yogyakarta Graha Ilmu.

## **INTERNET**

Feed, U. (2019). #LOCALPRIDE Talking about scene *TECHWEAR* Indonesia with ORBIT GEAR. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=RID164iZpvs>

Iman, M. (2020). Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial. Retrieved October 21, 2020, from

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>

Instagram. (2019). Data Internal Instagram Business. Retrieved from <https://business.instagram.com/>

Instagram. (2020). About Instagram. Retrieved from <https://about.instagram.com/>

Li, R. (2019). An Introduction to *Techwear*. Retrieved from <https://www.grailed.com/drycleanonly/an-introduction-to-techwear>

Sajonas, F. (2017). HYPEBEAST: Exploring *Techwear*. Retrieved October 20, 2020, from <https://hypebeast.com/2017/2/exploring-techwear-1000deaths-archiv-yoshimitszu>

Stylesofmen. (2020). *Techwear: Style Guide, Outfits, & Clothing Essentials*. Retrieved from <https://www.stylesofman.com/techwear-clothing-style-guide/>

Minallah, F. (2019). ORBITGear: Do Good and Good Will Come to You. Retrieved October 18, 2020, from <https://www.darakhubiru.com/2019/05/orbitgear-do-good-and-good-will-come-to-you/>

We Are Social, H. (2020). Most Used Social Media Platform - Indonesia. Retrieved October 20, 2020, from <https://wearesocial.com/digital-2020>