

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). *DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN “WAROENK ORA UMUM” DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN*.  
<https://jurnalrisetkomunikasi.org/index.php/jrk/article/view/21>
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1st ed., Issue March). CV Pustaka Ilmu.
- Aizati, F. U. (2020). SISTEM COPYWRITING DAN SEO WEBSITE: SISTEM COPYWRITING DALAM TEKNIK (SEARCH ENGINE OPTIMAZION) WEBSITE CLIENT PAMUJI.ID PADA BULAN DESEMBER 2020. *Jurnal Literasi Ilmu Komunikasi Dan Multimedia*.
- Alfaruq, A. N. (2021). Pengaruh Instagram Ads ( Advertising ) Dalam Membangun Brand Awareness Clothing Line HEBE The Effect of Instagram Ads ( Advertising ) in Creating the Brand Awareness of Clothing Line HEBE. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 9(2), 1–17.
- Aliansyah, M. R. (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA INSTAGRAM (STUDI KASUS FOREVER YOUNG CREW)*.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/5044/5015>
- Alifya. (2020). *Analisis Kredibilitas Ayana Moon sebagai Spokesperson Wardah Beauty Cosmetics Berdasarkan Perspektif Konsumen*.
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* (1st ed.). Media Kita.
- Auditio, L. (2020). *ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND MISCHIEF DENIM DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/163759/slug/analisis-strategi-komunikasi-pemasaran-brand-mischief-denim-di-media-sosial-instagram.html>
- Chindryana, B. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN NAMO.ID*

*MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.*

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/156526/slug/strategi-komunikasi-pemasaran-namo-id-melalui-media-sosial-instagram.html>

Deslima, Y. D. (2018). *PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM UIN RADEN INTAN LAMPUNG.*

E. Boone, L., & L. Kurtz, D. (2010). *Contemporary Business* (1st ed.). Salemba Empat.

Enterprise, J. (2021). *Instagram, untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis.* PT. Elex Media Komputindo.

Evans, D. (2011). *Social Media Marketing An Hour A Day.* Wiley Publishing.

Haenlein, M., Anadol, E., Farnsworth, T., Hugo, H., Hunichen, J., & Welte, D. (2020). Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, TikTok, & Co. *California Management Review*, 63(1), 5–25. <https://doi.org/10.1177/0008125620958166>

Khan, S. (2018). Instagram as a Marketing Tool for Luxury Brands. *International Journal of Management, Business and Research.*

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc.

Morrissan. (2017). *Metode Penelitian Survei* (5th ed.). Kencana.

Nazir, M. (2009). *Metode Penelitian* (1st ed.). Ghalia Indonesia.

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial* (1st ed.). CV PUSTAKA SETIA.

Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Sosial Media* (1st ed.). PT. Elex Media Komputindo.

Rachmawati, F. (2018). *PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PRODUK USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) PAHLAWAN EKONOMI SURABAYA.*

<http://digilib.uinsby.ac.id/26290/>

Samsu. (2017). Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research and Development. In *Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA)* (1st ed., Issue July). Pusaka Jambi.

- Schultz, D. E., & Schultz, H. F. (2004). *IMC The Next Generation: Five Steps for Delivering Value and Measuring Returns Using Marketing Communication* (1st ed.). McGraw-Hill.
- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3, 165–182.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (7th ed.). Alfabeta.
- Suyitno. (2018). Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya. In *Akademia Pustaka* (1st ed., Issue August). Akademia Pustaka.
- Virtanen, H., Bjork, P., & Sjöström, E. (2017). Follow for follow: marketing of a start-up company on Instagram. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.