

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal

- Saputri, P. S., & Hanifa, F. H. (2021). Analisis Dan Pengembangan Konten Sosial Media Marketing Pada Instagram Telkom Sto Dago Tahun 2021. *eProceedings of Applied Science*, 7(4).
- Wicaksono, M. A., & Rummyeni, R. (2017). *Pengaruh media sosial instagram@ wisatadakwahokura terhadap minat berkunjung followers* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Zulfikar, A. R., & Mikhriani, M. (2017). Pengaruh social media marketing terhadap brand trust pada followers instagram dompet dhuafa cabang yogyakarta. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam*, 1(2), 279-294.
- Wicaksono, M. A., & Rummyeni, R. (2017). *Pengaruh media sosial instagram@ wisatadakwahokura terhadap minat berkunjung followers* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Beti, A. N., & Hanifa, F. H. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram@ aesthetic. bluepin Terhadap Brand Equity (studi Pada Followers Instagram@ aesthetic. bluepin Tahun 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Hariyanti, T. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Membeli Air Galon Merek Aer Qua Di Kota Pontianak* (Doctoral dissertation, FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS).
- 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.
- Rahmah, A., & Wulandari, A. (2020). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Menggunakan Instagram Terhadap Brand Awareness Bpw Clean Bandung Tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Adhikara, M. B., & Yusiana, R. (2021). Perancangan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi (studi Kasus Pada Ud. Jananuraga Fish Di Kota Bekasi 2021). *eProceedings of Applied Science*, 7(5).
- Oktaviani, V. B. N., & Wahyuni, I. I. (2022). Strategi Pembentukan Customer Engagement Akun@ Kamargadget Melalui Campaign Team Han Ji Pyeong. *Al-KALAM:*

Yanis, N. S. M., Hidayat, R., & Lutfie, H. (2019). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi Kasus Pada Elzatta Bandung Tahun 2019). *eProceedings of Applied Science*, 5(3).

Abdu, R., & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Corporate Image Pada PT Ahm Di Kota Bandung Tahun 2017. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).

### **Buku**

Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Bandung: Pustaka Setia*.

Hery. 2019. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Grasindo

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Moleong. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

### **Website**

<https://www.instagram.com/rokgaliya/>, diakses tanggal 17 Januari 2022

<https://www.instagram.com/bajubojjo/>, diakses tanggal 17 Januari 2022

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>, diakses tanggal 9 Juni 2022