

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU

- Assauri, Sofjan. 2012. *Strategic Marketing*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Firmansyah, M. A (2020) *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta. Kencana.
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, and I. S. (2017). *Marketing 4.0*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Perdana, K. A., Melda, M., Sudarso, A., . . . Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen* (Vol. 1). Yayasan Kita Menulis.
- Suyanto, Budi. 2018. “*Repositioning dalam Meningkatkan Kesadaran (Brand Awareness) Batik Semar*. Vol 2 (1)
- Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., Setiawan, Y. B., Simantupang, S., Sari, O. H., Saragih, L., Purba, B., Sari, M., & Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Trout, Jack, Rivkin, Steve (2009) *Repositioning: Marketing in an era of Competition, Change and Crisis*

SUMBER JURNAL

- Adriana, T., Ellitan, L., & Lukito, H. (2022). "Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Brand Image* Pada *Scarlett-Whitening* di Surabaya". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*, 11.
- Azizah, S. (2021). "Peran *Social Media Marketing* Gabag Indonesia Dalam Mempertahankan *Brand Equity* Pada Pandemi Covid-19". *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5, No.2, 173-183.
- Azlina, Y. (2021, Mei). "Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Repositioning Citra Positif SMK Swasta di Masa Pandemi Covid-19". *Jurnal AKRAB JUARA*, 6 No.2.
- Dianputri, P., & Rosmiati, A. (2020, Juni). Strategi Kreatif Periklanan "Pined Warehouse Perigee" Melalui Media Sosial Instagram. *CITRAWIRA (Journal of Advertising and Visual Communication)*, 1, No.1.
- Hayani, N., & Muhammad, I. (2020, April). "Pengaruh Instagram Sebagai *Social Media Marketing* Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir di Kota Pekanbaru". *MBIA*, 19, No.1.
- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022, Maret). "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi *Social Commerce* Usaha Bro.do. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5, No.1, 136-149.
- Safitri, A. W., Hafiar, H., & Puspitasari, L. (2019). "Implementasi *Repositioning* Mal Revo Town". 5.
- Tamara, F. S. (2019). "Respon Konsumen di Surabaya Dalam Upaya *Brand Repositioning* Jamoe Iboe Natural Drink". 16.

Zahid, S., & Raja, M. N. (2014, Februari). “*Effect of Rebranding and Repositioning On Brand Equity Considering Brand Loyalty as a Mediating Variable*”. *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 16.

Royle, J., & Laing, A. (2014). “*The Digital Marketing Skills Gap: Developing a Digital Marketer Model for the communication industries*”. *International Journal of Information Management* , 65–73.

SUMBER INTERNET

DIGITAL 2022: ANOTHER YEAR OF BUMPER GROWTH. (2022, Januari 26).

Dipetik September 2022, dari We Are Social:
<https://wearesocial.com/au/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth/>

How Instagram Boosts Brands and Drives Sales. (2019, Februari 6). Dipetik

September 2022, dari Facebook.com:
<https://www.facebook.com/business/news/insights/how-instagram-boosts-brands-and-drives-sales>