

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta:Putra Grafika
- Gunelius, S.2011. 30 Minute Social Media Marketing. United States McGrawHill.
- Kartajaya, H. (2009). *New Wave Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, R. (2011). *Cracking Zone*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana
- M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur (2012). *Metodologi Penelitian kualitatif*, Jakarta : Ar-ruzz Media
- Moleong, Lexy. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- Moloeng, L. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bnadung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nasrullah, Media Sosial: *Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*,
Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The power of brands : Teknik mengelola Brand equity dan Strategy pengembangan merk plus analis Kasus dengan SPSS*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Elfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta

Jurnal ilmiah:

- Alex Kipkorir Koech, Sven Buyle, Rosário Macário. *Journal of Air Transport Management* Volume 107, March 2023, 102342
- Damayanti,S., Chan, A & Barkah, C.S.2021. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image My pangandaran Tour And Travel*. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 9 Nomor 3 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya
- Doni,F.R.2017.*Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja*.
- Fauzi,V.P.2016. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness di Kota Pekanbaru* Vol.3 No. 1 Februari 2016.
- Hasugian, J.T.M. 2015. *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel (Survey Terhadap Pelanggan Telkomsel Di Grapari Samarinda)* eJournal Ilmu Administrasi Bisnis, 2015,3 (4): 923-937
- Jinyoung Jinnie Yoo. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 75, November 2023, 103517
- Keke, Y. 2015. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Brand Awareness* Vol.2No1September 2015.
- Latuheru, M N. & Irwansyah. 2019. *Aplikasi Traveloka Sebagai Bentuk Konstruksi Sosial Dalam Dunia Siber*. Jurnal Kajian Media 3 (2),79-88.<http://dx.doi.org/10.25139/jkm.v3i2.1013>
- Lesmana,D & Valentina, G.M. 2021. *Digital Marketing Rumah Makan Padang Melalui Instagram Berdasarkan Social Construction of Technology* COMMENTATE: Journal of Communication Management Volume 2No.1, June2021 p 17-32
- Maryolein,S., Hapsari,N. D & Oktaviani, R.C.2019. *Instagram Sebagai Media*

Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness, Jakarta Aquarium Volume 07
No 01 Juni 2019

Mileva Lubiana dan Achmad Fauzi DH, “*Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks menggunakan Line*, Jurnal Administrasi Bisnis 58 No. 1 (2018): 190-199..

Mohamed Abou-Shouk a b, Mohammad Soliman. Journal of Destination Marketing & Management Volume 20, June 2021, 100559

Oktaviani,F & Rustandi,D. 2018. *Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness*. Volume3, No. 1, 2018, hlm.1-20

Option Takunda Chiwaridzo & Reason Masengu. Future Business Journal 2023 9:63
Content type:ResearchPublished on: 22 August 2023

Priana,J.R & Suwandi,S. 2019. *Pengaruh Iklan “Introduction: Jo & Jek” Di Youtube Terhadap Brand Awareness (Studi Kasus Perusahaan Go-Jek)*.Vol.2, No. 4, (2019),pp. 113-225

Puspitarini, D.S & Nuraeni, R. 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*, Volume 3 Nomor 1 |Juni 2019.

Ramadayanti, F. 2019. *Peran Brand Awereness terhadap Keputusan Pembelian Produk*Vol 6, No 2 (2019)

Ramadhan, A., Naswandi, C.N & Herman, C.M. 2020. *Fenomena Endorsement Di Instagram Story Pada Kalangan Selebgram Kareba*: Jurnal Ilmu Komunikasi,Vol.9 No. 2 Juli-Desember2020, 316-329

Sungeun Suh. International Journal of Interdisciplinary Research Fashion and Textiles volume 7, Article number: 33 (2020)

Sari, A.C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H & Ainun, N. 2018 . *Komunikasi dan Media Sosial*.

Supriono, F.F. 2018. *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Produk Internasional (Survei Pada Komunitas Xiaomi Indonesia)*|Vol.61No.1Agustus 2018|.

Tanjaya, E. 2017. *Efektifitas Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merek DR.Churros*, Volume 2, Nomor 4, Oktober2017.

Utomo ,I.W. 2017. *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (studi kasus karyawan di bsi pemuda)* Volume VIII Nomor1, Maret 2017

Walid.2018. *Penggunaan Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness PLATBM1912 Di Kota Pekanbaru* .JOM FISIP Vol. 5: Edisi 1 Januari –Juni 2018

Website :

we are social. (2017). Digital in 2017: Global Overview. Retrieved from <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Informan Kunci

Informan Kunci 1	
Rifqi Andika Putra	
8 Oktober 2022	
Peneliti	Apa strategi yang digunakan oleh Docilworks dalam kegiatan pemasaran?
Informan	<i>Docilworks menggunakan digital marketing dalam kegiatan pemasarannya. Platform utama yang di gunakan adalah media social Instagram. Untuk portal penjualannya Docilworks menggunakan digital marketing terutama di e-commerce Shopee. Kami juga menggunakan iklan di berbagai platform lain seperti TikTok ads dan juga Instagram ads sebagai media iklan dengan jangkauan yang lebih luas dari e-commerce. Docilworks telah menggunakan media social sejak awal berdiri sebagai media pemasaran. Hal ini kami pilih karena di awal pendirian Docilworks, keterbatasan modal merupakan masalah yang cukup besar. Sehingga kami hanya bisa mengandalkan platoform media massa gratis yaitu Instagram. Namun, seiring dengan berjalannya waktu dan semakin besarnya modal yang ada, kami dapat beriklan di Instagram sebagai media pemasaran dan funneling untuk menciptakan konversi yang nyata terhadap perusahaan, bukan hanya sekedar Brand awareness</i>
Peneliti	Apa tujuan penggunaan Instagram untuk produk Docilworks?