

DAFTAR PUSTAKA

- Arifuddin, M. R. & Irwansyah. (2019). Dari Foto Dan Video Ke Toko: Perkembangan Instagram Dalam Perspektif Konstruksi Sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3(1), 38-39.
- Bandur, A. (2013). *Penelitian Kuantitatif Desain dan Analisis Data dengan SPSS*. DEEPUBLISH.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pipih Latifah (ed.)). PT Remaja Rosdakarya.
- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Remaja Rosada.
- Duriantoetal. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Indrawan, R., & Poppy, Y. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan penelitian*. PT Refika Aditama.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. FourthEditionHarlow, English : PearsonEducation. Inc.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga
- Laudon, K. C. & Traver, C. G. (2012). *E-commerce 2012: Business, Technology, Society*. PearsonEducation.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *PRofesi Humas*, 3(1), 1-20.
- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance.
- Rahmawati, D. (2016). Pemilihan dan pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pemasaran online. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis*. Kasus. *IntegratedMarketingCommunication*. PT. GramediaPustakaUtama.