

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press.
- Alo, L. (Jakarta). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Kencana: 2011.
- Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2016). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baran, S. J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa: Melek Media & Budaya* (5 ed., Vol. 1). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dailysocial.id. (n.d.). *Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?* Retrieved April 29, 2019, from <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>
- Durianto. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minutes Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Habibie, & Kusuma, D. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7, 80.
- Hassanudin, d. (2020). Pengenalan Digital Marketing dan Pelatihan E-Commerce Sebagai Bentuk Kewirausahaan Dini Bagi Pelajar SMK Lingga Kencana Depok. *Jurnal ABDIMAS*, 1, 113.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran: Edisi Pertama*. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kusnaldi, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia di Semarang). *Jurnal Komunikasi*, 8, 86.
- Lesmana, G. A. (n.d.). *Tesis: Analisis Pengaruh Media Sosial di Twitter terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi: PT XL AXIATA)*. Jakarta: Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16, 155.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosisal: Perspektif Komunikasi Budaya dan Sositologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Nastain, M. (2017). Branding dan Eksistensi Produk: Kajian Teoritik Konsep Branding dan Tantangan Eksistensi Produk. *Channel 5.1*, 14-16.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2008). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Profesi Humas*, 3, 3.
- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Tiga di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 12*, 102.
- Priansa, J., & Donni. (2007). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada era media sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Purwanto, E., Hadiwidiojo, Djumilah, Ratnawati, & Kusuma. (2013). Preferensi merek sebagai pemediasi pengaruh kesadaran merek dan asosiasi merek terhadap loyalitas konsumen (Studi Produk Insektisida Merek Asmec 36 ec di Malang Raya). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11, 186-196.
- RI, T. P. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat HUMAS Kementrian Perdagangan RI.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media.
- Social), H. (. (n.d.). *Indonesian Digital Report 2019*. Retrieved April 2019, from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>
- Solis, B. (2010). *The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: Wiley.
- Suciningtyas, W. (2012). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal, Vol. 1*, 4.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Bandung

: Alfabeta. Sunyoto, D. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen*.

Jakarta: Center of Academic  
Publishing Service.

Suyabrata, S. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing on the  
Social Web*. California: O'Reilly .

Wertime, K., & Fenwick, I. (2008). *DigiMarketing: The Essential  
Guide to New Media & Digital Marketing*. Singapore: John  
Willey & Sons (Asia) Pte., Ltd.

Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*.  
Jakarta Selatan: FEB- UP Press.