

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Shimp Terence. 2003. *Periklanan dan Promosi*. Erlangga, Jakarta.
- Aaker, David A. 2002. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Cetakan Pertama. Jakarta: Mitra Utama.
- Abrar, Ana Nadhya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi Yogyakarta*. LESFI.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, Burhan H.M. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu social*. Jakarta: Kencana Prenama Media Group.
- Cravens, David W. 1998. *Pemasaran Strategi Jilid 3 Edisi ke-4, alih bahasa oleh Aris Amanda dkk.* Jakarta: Erlangga.
- Cravens, David & Piercy, Nigel. 2006. *Marketing Stategic*. 9th Edition, Singapore: Mc Graw-Hill companies co.
- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip, dan Gary, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-13, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga
- Mardalis. 1993. *Metode Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Mulyana, D. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Rosdakarya, Bandung.
- Morissan, 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Cetakan Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta. Pelangi Aksara.

- Rakhmat, J. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh: Analisis Statistik*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Rakhmat, J. 1998. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Statistik*. Bandung: PT.Rosdakarya.
- Saihan, S.M. 1991. *Komunikasi, Pemahaman dan Penerapan*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- S.A Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek Alat untuk Memenangkan Persaingan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran (edisi III)*. Yogyakarta. Andi.

Jurnal

- Aaker, D. A. (2000). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press
- Boyd, & Ellison (2007), "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*"
- Dedy Ansari Harahap dan Dita Amanah (2018). "Perilaku Belanja Online Di Indonesia". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol.9, No.2.
- Faisal, Reza. 2016. Strategi Promosi Penjualan Lazada.Co.Id. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol 4 No.1, hlm 64-77.
- Gurnelius, Susan, 2011, *30-minute Social Media Marketing, McGrawHill Companies, United States*.
- Kaplan, Andreas & M.Hanlein. (2009). *User of The World Unite! The Challenge and Opportunity of Social Media. Business Horizons* (2010).
- Keller, K.L. (1993). *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer Based on Brand Equity*, *Journal of Marketing*, Vol. 57 No. 1, pp. 1-22.
- Gumgum Gumilar (2015) dengan judul "Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion Di Kota Bandung". Penelitian di Program Studi

Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Desember 2015. Vol. 5, No. 2, Universitas Padjajaran.

Mulawarman & Aldila Dyas Nurfitri. 2017. Perilaku Pengguna Media Sosial Berserta Implikasinya Ditinjau dari Prespektif Psikologi Terapan. Buletin Psikologi, Vol 25 No. 1, 36-44.

Zakirah, Dinda Marta Almas dengan judul “Mahasiswa dan Instagram”. Penelitian di Program Studi S1 Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Jurnal S1 Sosiologi Fisip Universitas Airlangga.

Skripsi

Mikharisti Tampubolon (2015) dengan judul “Strategi Promosi Coffee Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Crematology) Coffee Shop Promotion Strategy Through Social Media Instagram (Descriptive Study On Account @CREMATOLOGY)”. Penelitian di Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.

Abstraksi Eryta Ayu Putri (2013) dengan judul “Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop (studi deskriptif kualitatif aplikasi instagram sebagai media komunikasi pemasaran online shop)”. Penelitian Skripsi di UPN Surabaya.

Lutiary Eka Ratri. 2007. *Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang*. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.

Website

<https://nasional.kompas.com/read/2012/07/04/15532912/selera.fashion.beralih.ke.produk.lokal> diakses pada tanggal 18 Maret 2019 pada pukul 14.04 WIB

<http://swa.co.id/swa/listed-articles/75-konsumen-puas-dengan-merek-lokal> diakses pada tanggal 18 Maret 2019 pada pukul 14.45 WIB

<https://bulaksumurugm.com/rethinking-indonesian-local-brands/> diakses pada tanggal 03 April 2019 pada pukul 19.00 WIB

<https://blog.jakpat.net/indonesia-local-fashion-brands-survey/> diakses pada tanggal 03 April 2019 pada pukul 19.17 WIB

<https://www.businessinsider.com/instagram-2010-11?IR=T> diakses pada tanggal 03 April 2019 pada pukul 21.23 WIB

<https://dailysocial.id/post/ideawork-penggunaan-instagram-dalam-digital-marketing> diakses pada tanggal 17 September 2019 pada pukul 23.45 WIB

<https://sygmainnovation.com/7-tips-membangun-brand-awareness-pada-akun-instagram-anda/>

diakses pada tanggal 20 Oktober 2019 pada pukul 23.45 WIB