

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. PT. Grafindo Pustaka.
- Darmadi Durianto, Sugiarto, T. S. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuisitas & Perilaku Merk*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Darmadi Durianto, Sugiarto, L. J. B. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Gramedia Pustaka Utama.
- H.A, T. (2018). *Metode penelitian kualitatif: konsep, prinsip dan operasionalnya*. Akademia Pustaka.
- Kholifah, Siti, I. W. S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif; Berbagai Pengalaman di Lapangan*. PT. Grafindo Persada.
- Rulli, N. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. Simbiosis Rekatama.
- Meleong, L. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mufid, M. (2012). *Etika dan filsafat komunikasi*. Prenada Meda.
- Samsu. (2017). *Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development*. Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sayidah, N. (2018). *Metodologi penelitian disertai dengan contoh penerapannya dalam penelitian*. Zifatama Jawa.
- Soyomukti, N. (2010). *Pengantar ilmu komunikasi*. Ar Ruzz Media.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Syam, N., Sugiana, D., & Bajari, A. (2019). *Perencanaan Pesan dan Media*. Universitas Terbuka.
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding Memahami dan Merencanakan Strategi Merek*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA
- Zaenal, A. Y. (2015). *Manajemen Komunikasi Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. CV Pustaka Setia

Jurnal

Hardiansyah, R., & Tricahyono, D. (2019). Identifikasi Faktor-Faktor Kesuksesan Start Up Digital di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi*, 27(2), 134–145.

Kreatif, J. (2021). *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, Vol. 9, No. 2, Desember 2021. 9(2), 18–27.

Rakhmadhona, N. S. (2020). Upaya Meningkatkan Brand Awareness NSR Skirt Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(1), 47.
<https://doi.org/10.37535/103001120204>

Suciningtyas, W. (2012). Pengaruh Brand Awareness, brand image, dan media communication terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1).

Susanto, S., & Sari, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoa Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 108. <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1540>

Sumber lain

Buletin APJII. (2020). *Survei Pengguna Internet APJII 2019 – Q2 2020: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI*. (2020). APJII.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. (n.d.). In *Wikipedia*.
<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> (Akses: 30 Maret 2022)

Rubin.id. (n.d.). <https://www.rubin.id/> (Akses: 11 Juni 2022)

Soeparyono, A. (2022). *Ketahui Cara Kerja Algoritma Instagram dan Dapatkan Keuntungan Lebih*. <https://www.lummoshop.co.id/blog/ketahui-cara-kerja-algoritma-instagram-dan-dapatkan-keuntungan-lebih/> (Akses: 11 Agustus 2022)