

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A. (2013). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.

Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 13-23.

Arikunto, Suharsimi. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Asri Oktiani, & Khadafi, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan C'bezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(2), 269-282.

Atikasari, N. et al. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Penjualan Produk Kecantikan. *Jurnal Digital Transformation Technology*, Volume 4, Nomor 1, Maret 2024. DOI: 10.47709/digitech.v4i1.4205

Bungin, Burhan. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.

Creswell, J. W. (2014). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Darmawan, Aang Kisnu, Muhsi, Busro Akramul Umam, Mohammad Waail Al Wajieh, Fathorrozi Ariyanto, Nur Umamah. (2022). *Social Media Analytics*. Banten: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM)

Doembana, Ismawati, Abdul Rahmat, & Muhammad Farhan. (2017). *Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 79-83.

https://id.scribd.com/embeds/400159205/content?start_page=1&view_mode=scroll&access_key=key-fFexxf7r1bzEfWu3HKwf

Ekarina. (2020). *Pemilik Brand Pacu Belanja Iklan di Medsos, Instagram Favorit Peretail*. Retrieved from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/brand/marketing/5fc60a5bd0f0a/pemilik-brand-pacu-belanja-iklan-di-medsos-instagram-favorit-peretail>

Fariastuti, Ida M. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Onefourthree.Co Di Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2 (1), 54-69.

Firmansyah, Anang Firmansyah. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

Hariyanto, Didik. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. Sidoarjo: UMSIDA Press.

Hasanah, R. & Maryam, S. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image terhadap Intensi Pembelian Produk Kecantikan Emina. *Jurnal Pemasaran Digital*, 3(1), 29-38. DOI: 10.55606/jupumi.v3i1.2643

Helmayuni, T. H. (n.d.). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi .

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.

Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Moleong, Lexy J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulitawati, Iga Mauliga. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus Deskriptif Komunikasi Pemasaran Produk Polycrol Forte Melalui akun Instagram @ahlinyaobatmaag). *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 23-38.

Neuman, W. Laurence. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. New York: Pearson.

Nugroho, M. W. (2022). *Perspektif Mahasiswa Terhadap Literasi Digital Di Aplikasi Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia*. Universitas Pendidikan Indonesia.

Purba, Bonaraja, et.al. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Penerbit Yayasan Kita Menulis.

Putra, Bintang Pramudya. (2023). *Instagram Post Design Guide Book*. Malang: Ma Chung Press.

Saefullah, E. and Siti Annisa Wahdiniawati, Wahdaniah, D.A. (2020) *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA (Era Transformasi Digital)*, Suparyanto dan Rosad (2015).

Shimp, Terence A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat. ISBN: 9789790614772

Silviani, Irene. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:

Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:

Alfabeta.

Sukmadinata, Nana Syaodih. Metode Penelitian Pendidikan. 2006.

Syarifuddin, Ahmad, Nico Oscario Hutahaeen, Dwi Fajar Sejati, Herman Riswan.

(2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika

Wheeler, A. (2009). Designing Brand Identity. New Jersey: John Wiley & Sons.

Yatminiwati, Mimin. (2019). *Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa*. Lumajang: Widya Gama Press.

Yin, R. K. (2003). Case Study Research: Design and Methods. Thousand Oaks, CA:

Sage Publications.