Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Altstiel, Tom dan Grow, Jean. 2010. *Advertising Creative: Strategy, Copy + Design*. Canada: Sage Publications, Inc.

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Blakeman, Robyn. 2015. *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy From Idea to Implementation 2nd Edition*. United Kingdom: Rowman & Littlefield.

Breakenridge, Deidre K. 2012. *Social Media and Public Relations: Eight New Practices for PR Professional.* United States: Pearson.

Creswell, John W. 2012. *Educational Research: Planning, Conducting and Evaluation Quantitative and Qualitative Research 4th Edition*. Boston: Pearson.

_____. 2014. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih Diantara Lima Pendekatan Edisi 3*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Keller, Kevin L. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity 4th Edition*. England: Pearson Education Limited.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2012. *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

McCabe, Scott. 2012. *Marketing Communications in Tourism and Hospitality: Concepts, Strategies and Cases*. New York: Routledge.

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika

Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana

Ogden-Barnes, Steve dan Minahan, Stella. 2015. *Sales Promotion Decision Making : Concepts, Principles, and Practice*. New York: Business Expert Press.

Paxson, Peyton. 2010. *Mass Communications and Media Studies: An Introduction*. New York: The Continuum International Publishing Group, Inc.

Strategi sales promotion..., Bella, FIKOM UMN, 2019

Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek + Analisis Kasus Dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Safko, Lon. 2012. *The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for Business Success 3rd Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Sugiyama, Kotaro dan Andree, Tim. 2011. *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from The World's Most Innovative Advertising Agency*. New York: McGraw-Hill.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi Edisi 8*. Indonesia: Salemba Empat.

Turner, Jamie dan Shah, Reshma. 2011. *How to Make Money with Social Media: an Insider's Guide on Using New and Emerging Media To Grow Your Business*. New Jersey: Pearson Education.

Taylor, Steven J, Bogdan, Robert dan DeVault, Marjorie L. 2016. *Introduction to Qualitative Research Methods: a Guidebook and Resource 4th Edition*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.

JURNAL ONLINE

Arham, Faturrahman A. 2017. "Peran Situs Undas.co Dalam Penyampaian Informasi Musik Bagi Penggemar Musik di Kota Samarinda". Vol. 5, No.3, h. 102-113. Diakses pada 5 Oktober 2018. https://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2017/08/Jurnal%20Fatur%20pt.%202%20(08-11-17-02-42-14).pdf

SKRIPSI

Juliana, Dessy. 2018. *Analisis Strategi Penggunaan Instagram Dalam Membangun Brand Awareness Airpaz*. Tangerang: Universitas Bina Nusantara

Tania, Sheila. 2017. *Implementasi Strategi EMK Beverly Hills Indonesia Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram*. Tangerang: Universitas Bina Nusantara

INTERNET

APJII. 2017. "Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017". Diakses pada 9 Agustus 2018. https://www.apjii.or.id/survei2017

Nurfadilah, Putri Syifa. 2018. "Industri Kecantikan di Indonesia Tumbuh Pesat". Ekonomikompas.com. 20 Agustus 2018. Diakses pada 28 Februari 2019. https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/20/140853326/industri-kecantikan-di-indonesia-tumbuh-pesat-hingga-16-persen

Nistanto, Reska K. 2019. "Riset: Penetrasi Internet Indonesia Naik Jadi 56 Persen". Teknokompas.com. 4 Februari 2019. Diakses pada 29 Februari 2019. https://tekno.kompas.com/read/2019/02/04/11420097/riset-penetrasi-internet-indonesia-naik-jadi-56-persen

Digital, Blinq. 2017. "Sejarah Asal Mula Instagram". Diakses pada 4 April 2019. https://www.blinqdigital.com/sejarah-asal-mula-instagram/

Net, Saung. 2018. "Jumlah Pengguna Instagram Indonesia 2018". Diakses pada 4 April 2019. https://saung.net/jumlah-pengguna-instagram-indonesia/

Marketer, Digital. Tanpa Tahun. "Menggunakan Instagram Insight Untuk Analytic Instagram Marketing Anda". Diakses pada 8 Mei 2019. https://elitemarketer.id/social-media/menggunakan-instagram-insight-untuk-analytic-instagram-marketing-anda-2/

Buzz, Socia. 2019. "Engagement Rate Industry Standard (Indonesia)". Diakses pada 20 Mei 2019. https://sociabuzz.com/good-instagram-engagement-rate

https://www.instagram.com/dandankustore

https://wearesocial.com/global-digital-report-2019

www.deirdrebreakenridge.com

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA