



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

- Abidin, Yusuf Zainal. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi: Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ardianto, Elvinaro. (2014). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Belch, George E. dan Belch, Michael A. (2018). *Advertising and Promotion: an Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: Mc Graw Hill Education.
- Blakeman, Robyn. *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation*. (2018). New York: Rowman & Littlefield.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Depok: PT Raja Grafindo Perkasa.
- Husnita. (2019). *Humanoid Communication: Transformasi Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Bisnis pada Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kennedy, John E. dan Soemargana, R. D. *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. 2009: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing: FIFTEENTH EDITION*. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. (2013). Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Prastowo, Andi. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif: dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-ruzz Media.
- Schiffman, Leon G. and Joseph L. Wisenblit. (2014). *Consumer Behaviour: Eleventh edition*. Edinburg: Pearson.

Soemargana, Rd. (2016). *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

E-Book

Egan, John (2016). *Marketing Communication: Second Edition*. London: SAGE Publications.

Miles, Jason G. (2014). *Instagram Power: Building Your Brand and Reach More Customers with the Power of Pictures*. New York: McGraw Hills.

Phillips, Kim Walsh. (2017). *Ultimate Guide to Instagram for Business*. United States: Eliot House Productions.

Sabra, Jonard. (2019). *Become an Instagram Marketing Rockstar*.

Zaharova, Ksenia. (2015). *How to Sell on Instagram: the Ultimate Guide*.

Referensi

Skripsi

Permana, Bayu Arya. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Museum Kars Indonesia. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Rismayani, Puji. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif Aktivitas Promosi pada Akun Instagram @kedai_digital).

Thesis

Nummelin, Maria. (2015). *Instagram as a Marketing Tool: a Qualitative Study on Social Media Marketing for Swedish Interior Design SMEs*. Swedia: Jönköping International Business School.

Online

Ari. (2016, November 23). *Fashion Muslim Indonesia jadi Primadona di Beberapa Negara Dunia*. Diambil dari <https://www.gomuslim.co.id/read/news/2016/11/23/2287/fashion-muslim-indonesia-jadi-primadona-di-beberapa-negara-dunia.html>

Deny, S. (2016, Agustus 2). Menperin: Industri Kreatif RI Tumbuh Pesat. *Liputan6*.

Diambil dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2567411/menperin-industri-kreatif-ri-tumbuh-pesat>

Imaningtyas, J. (2018, Juni 6). Tak, Disangka Ini Trend Busana Lebaran dari 1970-an Hingga 2000-an. Diambil dari <http://nova.grid.id/read/05776350/tak-disangka-ini-trend-busana-lebaran-dari-1970-an-hingga-2000-an?page=2>

Kementrian Perindustrian Indonesia. (2017). *Daya Saing Indonesia Naik, Produk Industri Semakin Kompetitif*. Diambil dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18210/Daya-Saing-Indonesia-Naik,-Produk-Industri-Semakin-Kompetitif>

Kementrian Perindustrian Indonesia. (2017). *Langkah Indonesia Menjadi Negara Industri Baru*. Diambil dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18586/Langkah-Indonesia-Menjadi-Negara-Industri-Baru>

Kementrian Perindustrian Indonesia. (2012). *Mimpi Indonesia: Kiblat Fashion Muslim Dunia*. Diambil dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>

Ramadhani, M. (2018, Agustus 23). *Hijab Indonesia yang Makin Dilirik Dunia*. Diambil dari <https://www.republika.co.id/berita/nasional/news-analysis/18/08/23/pdwwag374-hijab-indonesia-yang-makin-dilirik-dunia>

Sarnapi. (2019, Maret 4). *Indonesia Menjadi Kiblat Busana Muslim Dunia*. Diambil dari <https://www.pikiran-rakyat.com/hidup-gaya/2019/03/04/indonesia-menjadi-kiblat-busana-muslim-dunia>

Widyastuti, Rr. Ariyani. (2017). *Jumlah Akun Komunitas Bisnis Instagram di RI Tembus 25 Juta*. Diambil dari <https://bisnis.tempo.co/read/1039691/jumlah-akun-komunitas-bisnis-instagram-di-ri-tembus-25-juta/full&view=ok>

