

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). *PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI BABAKKEROYOKAN DI KOTA PALU* (Vol. 9, Nomor 2).
- Dan, K. (t.t.). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Firmansyah, A. M. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Mestika, Z. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Moleong, L. J. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong Lexy J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosda Karya.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2009). *Advertising Edisi Kedelapan*.
- Morissan, M. (2010). *Periklanan Komunikasi Terpadu*.
- Mulyana, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Purba, A. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pustaka Bangsa Press.
- Rismawaty, Desayu Eka Surya, & Sangra Juliano. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rekayasa Sains.
- Satori, D., & Komariah, A. (2009). *Metode penelitian kualitatif* . Alfabeta.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2008). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa (5th ed.)*. Kencana.
- Soemanagara, RD. (2012). *Strategic marketing communication: Konsep strategis dan terapan / Rd. Soemanagara*. Alfabeta.
- Solihat, Purwaningwulan, & Solihin. (2015). *Interpersonal Skill*. Rekayasa Sains.

Sudjana, N., & Ibrahim. (2004). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Sinar Baru Algensindo.

Terence A.Shimp. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi*.

Wildan, A. A. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Sustainable Fashion Brand Iameccu Melalui Media Sosial Instagram*.

Jurnal:

Wulandari, T., & Wirawan, E. (2022). Communication Strategy of the First Digital Internet Service Provider Company in Indonesia to Increase Brand Awareness Among the Internet Service Users. *The 5th International Conference on Business, Economics, Social Sciences, and Humanities*.