

Daftar Pustaka

Buku

- A. Shimp Terence. 2003. *Periklanan dan Promosi*, Erlangga, Jakarta.
- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Cetakan Pertama. Jakarta: Mitra Utama.
- Abrar, Ana Nadhya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi Yogyakarta*, LESFI
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Frommer, Dan (November 1, 2010). "*Here's How To Use Instagram*". Business Insider. Retrieved May 20, 2011
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip, dan Gary, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstroong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lutiary Eka Ratri. 2007. *Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang*. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- McQuail's, Denis. (2005). *Mass Communication Theory. Fifth Edition*. London: Sage Publications.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Cakra Ilmu.

Reedy, Joel, Shauna Schullo, and Kenneth Zimmerman. 2000. *Electronic marketing, Integrating Electronic Resources into the Marketing Process*. United States of America: The Dryden Press, Harcourt College Publishers.

Salvatore, Dominick., Krugman. 2006. yang diterjemahkan oleh Munadar Harris, *Ekonomi Internasional*. Edisi ke 5. PT Gelora Aksara Pratama. Bandung.

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Graha Ilmu

Jurnal

Aaker, D. A. (2000). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press

Boyd, & Ellison (2007), "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*"

Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2010). *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement*

Gurnelius, Susan, 2011, *30-minute Social Media Marketing*, McGraw-Hill Companies, United States

Kaplan, Andreas & M.Hanlein. (2009). *User of The World Unite! The Challenge and Opportunity of Social Media*. *Business Horizons* (2010)

Keller, K.L. (1993). *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer Based on Brand Equity*, *Journal of Marketing*, Vol. 57 No. 1, pp. 1-22.

Scale for e-Services Context, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.

WEBSITE

<https://dailysocial.id/post/ideawork-penggunaan-instagram-dalam-digital-marketing>

<http://empathic.marketing/manual-menggunakan-instagram-untuk-pemasaran/>

<http://fortuneindo.com/read/blog/efektivitas-social-media-dalam-membangun-brand-awareness/>

<http://fortuneindo.com/read/blog/kekuatan-social-media-terhadap-sebuah-brand/>

<http://fortuneindo.com/read/blog/fitur-instagram-untuk-menunjang-bisnis-anda/>

<https://blog.iakpat.net/survey-perilaku-penjual-di-instagram/>