

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmada, NS. Musab, R. Mior Harris Mior Harun. 2016. *The Impact of Social Media Content Marketing (SMCM) towards Brand Health*. Malaysia: Universiti Teknologi Mara.
- Baihaki, I. 2012. *54% Brand Ternama Dunia Kini Gunakan Instagram sebagai Sarana Marketing*. Diakses melalui www.beritateknologi.com
- Cangara, H. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Fitriah, M. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, P. 2012. *Principles of Marketing*. 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Miles, MB., Huberman AM. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. 3th Ed. USA: Sage Publication
- Miles, MB., Huberman AM. 2018. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. USA: Sage Publication
- Morrison, MA. 2010. *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morrison, MA. 2012. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. 2016. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurjaman, Kadar dan Umam, Khaerul. 2012. *Komunikasi dan Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia.

- Priansa, DJ. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Purnaningwulan, R.D. 2015. *Hubungan Terpaan Iklan Televisi Produk Revlon dengan Motivasi Konsumen Wanita dalam Melakukan Pembelian Produk di Mall Surabaya*. Jurnal Commonline, Vol.4, No.2.
- Puspitarini, DS. Nuraeni, R. 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House*. Bandung: Universitas Telkom.
- Salim, A. 2011. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Cetakan ke 1. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wardhana, A. 2015. *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. Prosiding Seminar Nasional Forum Keuangan dan Bisnis IV.
- Yasundari. 2016. *Hubungan Penggunaan Instagram dengan Motivasi Wirausaha Pebisnis Daring (online) dalam Meningkatkan Produktivitas*. Jurnal Kajian Komunikasi, Vol. 4 No.2.