

DAFTAR PUSTAKA

- About Instagram. (2022) *Instagram Direct Messenger / Video Chat & Send DMs*.
<https://about.instagram.com/features/direct>. (Diakses 14 Oktober 2022).
- Ahlgren, Matt. (2022) *40+ INSTAGRAM STATISTICS & FACTS FOR 2022*.
<https://www.websiterating.com/research/instagram-statistics/>. (Diakses 13 Agustus 2022).
- Annistri, Ayunindya. (2020) *Mengulik Sejarah Instagram, Media Sosial Paling Digandrungi Masa Kini*. <https://www.cekaja.com/info/mengulik-sejarah-instagram>. (Diakses 14 April 2022).
- Banjarmahor, Astri Rumondang dkk. (2021) *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Bansai, R., Masood, R. Z., & Dadhich, V. (2014) *Social Media Marketing-A Tool of Innovative Marketing*. *Of Organization Management*, 3(ISSN 2231-7228), 1-7.
- Belinda, Aileen dan Riris Loisa. (2019) *Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Partipost)*. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara.
- Buana, Afrit Wira, dkk. (2020) *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WAROENG SS DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS*

KONSUMEN MELALUI INSTAGRAM. Jakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur.

Cahyani, K.I. (2016) *Pengaruh Brand Awareness & Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. *Management Analysis Journal*, 5(4), 281-288.

Creswell, John W. (2013) *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ghealita, Vevi dan Retno Setyorini. (2015) *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua*. *Jurnal Riset Manajemen Volume 4 Nomor 1*, 1-9.

Hasbun dan Ruswanty. (2016) *Komperansi Antara Kelompok yang Melihat Iklan dan Tidak Melihat Iklan dengan Moderasi Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line)*. *Journal of Business Studies*. Vol 1 No 1.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012) *Marketing Management Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016) *Marketing Management Fifteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education Limited.

Lawi, Gloria Fransisca Katharina. (2020) *Instagram jadi Platform Andalan untuk Pemasaran Sepanjang 2021*. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20201231/88/1337426/instagram-jadi-platform-andalan-untuk-pemasaran-sepanjang-2021>. (Diakses 13 Agustus 2022).

- Melati. (2020) *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Moleong, Lexy J. (2013) *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nabila, Marsya. (2018) *Instagram Siap Boyong Fitur Bisnis untuk UKM Lokal*.
<https://dailysocial.id/post/fitur-bisnis-instagram>. (Diakses 20 Oktober 2022).
- Nazir, M. (2014) *Metode Penelitian*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Octavianti, Meira. (2012) *Menumbuhkan Kesadaran Merek Produk Melalui Media Sosial (Studi Kasus Mengenai Optimalisasi Pengguna Twitter Sebagai Upaya Menumbuhkan Kesadaran Merek Maicih (Keripik Singkong Pedas Asli Kota Bandung)*. Jurnal Komunikasi. Vol.2(2), Oktober 2012.
- Puntoadi, Danis. (2016) *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ratana, M. (2018) *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek*.
Jurnal Studi Komunikasi dan Media, 22(1), 13-28.
- Rizaty, Monavia Ayu. (2022) *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>. (Diakses 27 Oktober 2022).
- Sugiyono. (2017) *Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018) *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- _____. (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto & Sari, A. (2020) *Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoa dalam Meningkatkan Brand Awareness*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 108-117.
- Syahputro, Eko Nur. (2020) *Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial*. Gresik: Caremedia Communication.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018) *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)*. *Widya Cipta*, 2(2), 271–278.
- Wasil, Mohammad. (2017) *Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Percieved Quality*. *Forum Ekonomi* (Vol. 19, No. 2, pp. 137-147).
- Wikipedia. (2021) *Instagram*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>. (Diakses 16 April 2022).
- Winardi, R. D., Fatmawati, D., & Bastian, I. (2018) *Metoda Wawancara*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.