

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. G., Abdullah, C. U., & Widiat, I. 2018. *Global Competitiveness: Business Transformation In The Digital Era Proceedings. Proceedings Of The First Economics And Business Competitiveness International Conference.*
- Agrina, 2014. Mengurai Lingkaran Setan Sapi Perah. Tabloit Agribisnis Dwi Mingguan. Inspirasi Agribisnis Indonesia.
- Amstrong, dan Kettler. 2016. *Marketing An Introduction*, Edisi 13, USA: Perason Education
- Ariadi, S. & Saino. 2014. Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Loyalitas Merek Indosat IM3. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, Volume 2, No.4.
- Arigia, B.M., dkk. 2016. Infografis Sebagai Media Dalam Meningkatkan Pemahaman Dan Keterlibatan Publik Bank Indonesia. *Jurnal Komunikasi*. Volume 8. No.2, 122-124.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Atmoko, Dwi., dan Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Basu, Swasta. dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Cant, M. C., & Toit, Michael Du. 2012. *Identifying The Factors That Influence Retail Customer Loyalty And Capitalising Them. International Bussiness & Economics Research Journal*, 11 (11).
- Chandra, Fabian. 2021. *Social media marketing*. Yogyakarta: Diva press.
- Charlesworth, A. 2018. *Social Media Marketing: Marketing Panacea Or The Emperor's New Digital Clothes New York: Business Expert Press.*
- Danang Sunyoto, 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. CAPS: Yogyakarta.
- Daryanto, 2011. *Manajemen Pemasaran*. Cetekan 1. Bandung : Satu Nusa.

- Dessart, L., Veloutsou, C., dan Morgan-Thomas, A. 2015. *Consumer Engagement In Online Brand Communities: A Social Media Perspective. Journal Of Product & Brand Management*. 24(1), 28–42. Doi:10.1108/Jpbm-06-2014-0635.
- Dolan. C. B. 2017. *Social Media Engagement Behaviour : A Framework For Engaging Customers Through Social Media Content. European Journal Of Marketing*. Vol 53 No 10.
- Fathoni, A. A. 2018. Pengaruh Penggunaan Fitur *Instagram Stories* dan Interface Design *Instagram* Terhadap Kepuasan Menggunakan *Instagram* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. *Mediakom*, 2(1), 206-218.
- Febriyan, F. dan Supriono. 2018. Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Produk Internasional (Survei Pada Komunitas Xiaomi Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(1), Pp. 74-79.
- Gunarso, David. 2021. *Digital marketing calendar* untuk bisnis kuliner: pendampingan social media *instagram*. *jurnal abdimas dan kearifan lokal*. 02.
- Hiram, Dkk. 2015. *Belifes About The Use Of Instagram: An Explatory Study, International Journal Of Business And Inovation*. Vol 2.
- Hutchinson, Andrew. 2018. *Instagram Explains How Its Algorithm Works In Newbriefing*.
- Irfan, M. 2014. Efektivitas Penggunaan Media Sosial Twitter sebagai Media Komunikasi Pemasaran Strike. *Courier di Samarinda*. 02(2):28-38.
- Kee, A. W dan Yazdanifard, R. 2015. *The Review of Content Marketing as a New Trend in Marketing Practices. International Journal of Management, Accounting and Economics*. 2(9). 1055-1064.
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Kotler dan Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.

- Kotler, Philip, Hermawan Kertajaya dan Iwan Setiawan. 2017. *Marketing 4.0 Moving From Traditional to Digital*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Lankow., dkk. 2014. *Infografis: Kedahsyatan Cara Bercerita Visual*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Malthouse, E. C. dkk., 2013. *Managing Customer Relationships In The Social Media Era: Introducing The Social CRM House*. *Journal Of Interactive Marketing*. Volume 27. Pp. 270-280.
- Martey, E. M., dan Frempong, J. 2014. *The Impact Of Celebrities ' Endorsement On Brand Positioning On Mobile Telecommunication Users In The Eastern Region Of Ghana*. *International Journal Of Education Andd Research*. 2(7), 397–412.
- Milhinhos, Patricia. 2015. *The Impact Of Content Marketing On Attitudes And Purchase Intentions Of Online Shoppers: The Case Of Videos & Tutorials And User-Generated Content*.
- Muttaqin, Z. 2011. *Facebook Marketing Dalam Komunikasi Pemasaran Modern Teknologi*. Vol. 1 No. 2., pp. 103- 109.
- Neti, S. 2018. *Sosial Media And It's Role In Marketing*. *International Journal Of Enterprise Computing And Business System*. I(2)
- Nisrina, M. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Nugraha, B., dan Akbar, M. F. 2018. *Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram*. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 95-101.
- Pratiwi, Shelma. 2020. *Pengaruh Celebrity Endorser Di Instagram Terhadap Brand Awareness Pvra*. Telkom University.
- Qurniawati, R. S. 2018. *Theoritical Review: Pemasaran Media Sosial*. Among Makarti. 11(21), 17–27.
- Resmawati, Rini. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Online (Studi Kasus pada Rumah Outlet Bandung*. terdaftar *Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4 (2013)*.

- Royan, Frans. M. 2004. *Marketing Celebrities*, Selebritis Dalam Iklan Dan Strategi Selebritis Memasarkan Diri Sendiri .Jakarta:Elek Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Santoso AP, Baihaqi I, Persada SF. 2017. Pengaruh Konten Post *Instagram* Terhadap Online *Engagement*: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Teknik ITS* [Internet]. [Diunduh 2018 Mar 05]; 6(1): 217-221. Tersedia Pada: [Http://Repository.Its.Ac.Id/2450/](http://Repository.Its.Ac.Id/2450/).
- Santoso, A. P. 2017. Pengaruh Konten Post *Instagram* Terhadap Online *Engagement*: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita.
- Sashi, C. M., Brynildsen, G., & Bilgihan, A. (2019). *Social media, customer engagement and advocacy: An empirical investigation using Twitter data for quick service restaurants. International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 31(3), 1247–1272.
- Shimp, Terence. 2007. *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jilid I, Edisi Terjemahan, Jakarta : Erlangga
- Stanton, William J. 2013. *Dasar-dasar pemasaran*. Edisi ke tujuh, Jakarta: Erlangga Jilid ke-1.
- Suyanto, M. 2006. *Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- UKMINDONESIA.COM. 2022. *Tips Membuat Content Menjadi Viral*. <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/tips-membuat-konten-reels-instragam-jadi-viral/>. Diakses Tanggal 10 Desember 2022.
- Vries, L. De, Gensler, S. dan Leeflang, P. S. 2012. *Popularity Of Brand Posts On Brand Fan Pages: An Investigation Of The Effects Of Social Media Marketing. Journal Of Interactive Marketing*. Vol. 26 No. 2, Pp. 83–91
- Zarrella, Dan. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.