

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal & Buku

- Anisyahrini, R., & Bajari, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line di Instagram. *Profesi Humas Volume 3, No. 2*, <https://doi.org/10.24198/prh.v3i2.18920>.
- Agustine, M., & Prasetyawati, Y. R. (2020). Pengaruh kualitas informasi Instagram dan electronic word of mouth terhadap Citra Dapurfit. *Profesi Humas Volume 5 No. 1*, <https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.23966>.
- Arfah Yenni.(2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Tebing Tinggi. PT.Inovasi Pratama Internasional.
- Arlianti & Aisyah. (2020). *Media Sosial Identitas Transformasi dan Tantangan*. Malang. Inteligencia Media.
- Borg R Walter;Gall(1989) *Meredith D; Educational Research;an Introduction*,Fifth Edition;Longman.
- Kotler & Keller. (2016.) *Marketing Management*. Pearson Education International.
- Kotler&Amstrong.(2018.) *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kartini,yuni, (2020), *Media Sosial dan Produktivitas Kerja Generasi Milenial*, Makassar, Guepedia.com
- Miles Jason.(2019). *Instagram power :build your brand and reach more customers with visual influene*. New york. EBook by CodeMantra
- Paramitha, H., & Doho, Y. D. B. (2021). Pengaruh Konten Instagram Ads @Luxebarbershop Terhadap Peningkatan Brand Awareness. *Journal of Research on Business and Tourism, 1(2)*, 119. <https://doi.org/10.37535/104001220213>.
- Putri Kinanti, S., & Primadani Satria Putri, B. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi, 9(1)*, 53–64. <https://media.neliti.com/media/publications/137697-ID-pengaruh-media-sosial-instagram-zapcoid.pdf>.

- Fadilla, Yuni, Q. (2020).. Tren Konten Instagram Selama Masa Karantina Pandemi COVID-19 di Indonesia, *Jurnal Ilmu Komunikasi Ultimacomm* Vol. 12, No. 2 *asosiasi pernebit jurnal ilmu komunikasi indonesia*. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1718>.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara* volume 2 no *I* <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Sugiyono.(2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*. Bandung:Alfabeta
- Suryani & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Takau, N. A. W. (2020). Pengaruh Gambar dan Profil Instagram Terasrumahmu terhadap Kesadaran Merek. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 1–17. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 18 Nomor 1*, doi:<https://doi.org/10.31315/jik.v18i1.3227>.
- Tranggono, D., Nidita, A., & Juwito, P. (2020). Pengaruh Terpaan iklan nacific di instagram terhadap keputusan pembelian produk nacific pada followers akun @nacificofficial.id. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 10, No. 2*. <https://doi.org/10.15642/jik.2021.11.2>.
- Vivi Afiah, N. V. (2017). Pengaruh Konten Instagram Seblak jeletet Murni Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Followers Instagram @seblak_jeletet_murni). *Fakultas IlmuKomunikasiUniversitas Budi LuhurVol 4 No 01* : Pantarei.
- Yusup Pawit A.2016. *Ilmu Informasi,Komunikasi dan Kepustakaan*. jakarta. bumi aksara.

Website

<https://www.instagram.com/lbylcb/>

<https://www.lbylcb.com/>

Artyas, Yasmin. "*Laudya Cynthia Bella Luncurkan Brand Hijab Miliknya, Ini Lho Fakta-fakta yang Terjadi Dibaliknya*"
<https://www.beautynesia.id/fashion/laudya-cynthia-bella-luncurkan-brand-hijab-milikinya-ini-lho-fakta-fakta-yang-terjadi-dibaliknya/b-95238>. 09 Juli 2022: 16.26.

Ghani,ahmad. "*tabel t statistik cara membaca dan menggunakannya*".Diakses dari: <https://rumusbilangan.com/tabel-t/> .27 juli 2022: 10.59.

Media Indonesia. "*Indonesia Jadi Kiblat Fashion Muslimah Dunia, Dua Brand Lokal ini Mulai Go-Internasional*". Diakses dari: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/474145/indonesia-jadi-kiblat-fashion-muslimah-dunia-dua-brand-lokal-ini-mulai-go-internasional>. 25 Agustus 2022:09.58.

putri,vanya karunia putri. "*Komunikasi Pemasaran: Pengertian dan Tujuannya*". diakses dari: https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/08/130000769/komunikasi-pemasaran--pengertian-dan-tujuannya#google_vignette. 05 April 2022 : 13.51.

Paramitha, Nadya. "*5 Fitur Terbaru dari Platform Media Sosial Favorit Ini Bergun Banget!*" 27 juli,2022. <https://journal.sociolla.com/lifestyle/fitur-baru-platform-media-sosial/>.

Surachman,dedy. "*Tabel r statistika*" .Diakses ari: <https://id.scribd.com/document/354374789/tabel-r-pdf-pdf>. 27 juli 2022: 11.52.