

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Gary dan Kotler, Philip 2018, *Principles of Marketing 17th edition*. United States edition.
- Jonni, Ronaldho Rachman 2021, Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Beli Konsumen *Space Coffee Roastery* Yogyakarta, *Jurnal Mahasiswa Komunikasi, Volume 1, Nomor 2, 2021, E-ISSN: 2807-2499*.
- Kotler, Philip dan Keller, 2016. *Marketing Management, 15th edition*. United States of America.
- Miles, Jason 2019. *Instagram Power Second Edition, Build Your Brand and Reach More Customers with Visual Influence*. New York: McGraw-Hill Education.
- Paramitha, Hendi 2021, Pengaruh Konten Instagram Ads @Luxebarbershop Terhadap Peningkatan *Brand Awareness*, *Journal of Research on Business and Tourism, Volume 1 No. 2*.
- Puspayani, Shendi dan Budiarto, Jessica 2021, Pengaruh konten sosial media Instagram terhadap keputusan pembelian Xing Fu Tang, *Jurnal Ilmiah Vol. 6, No. 8*.
- Santoso, Amanda P, Baihaqi Imam, dan Satria F. Persada 2017, Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita, *JURNAL TEKNIK ITS Vol. 6, No. 1, ISSN: 2337-3539*.
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Wahyuni P, Sri 2019. Pengaruh Konten Instagram @Smrfoodies Terhadap Minat Beli Followers, *eJournal Ilmu Komunikasi, 7 (1): 154-166*.

SITUS

<https://www.scribd.com/document/433217321/Local-Brand-vs-Global-Brand>
(Diakses pada 24 Januari 2022, Pukul 10:43)

<https://www.magezy.com/brand-clothing-lokal-terbaik/> (Dikases pada 26 Januari 2022, Pukul 19.32)

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/> (Diakses pada 19 Februari 2022, Pukul 11:22)

<https://digitalmarketer.id/traffic/peluang-baru-pasang-iklan-di-instagram-dengan-mudah-untuk-raih-profit-lebih/> (Diakses pada 2 Maret 2022, Pukul 19.36)