

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis, Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta:Media Kita.
- Ardianto, Elvinaro. 2017. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Depok: PT Raja Grafindo.
- Cangara, Dr. H. Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Donni,Junni Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Enterprise, Jubile. 2012. *Rahasia Foto Digital dengan NIK Software*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Firmansyah, M.A. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghazali, Miliza. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: PTS Publishing House Sdn. Bhd.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Manajemen Periklanan:Teori dan Praktek*. Malang:Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Buku 1 Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Shimp, Terrance A. 2010. *Advertising, Promotion, & Other Aspects Of Integrated Marketing Communications (8 ed)*. USA: South-Western, Cengage Learning.

Sujawerni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis Dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

Didiek Tranggono, Ajeng Nidita Putri, dan Juwito. 2020. *Pengaruh Terpaan Iklan Nasific di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nasific Pada Followers Instagram*. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional. Vol. 10 No. 20, Oktober 2020.

Susi Susanti, Utama Wisnu Dyatmika. 2020. *Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah*. Jurnal of Sustainability Business Research. Universitas PGRI AdiBuana Surabaya. Vol. 1 No. 1. 2020

Skripsi

Ni nyoman Tri Mentari Pramesti, Ni nyoman Dewi Pascarani. 2020. *Pengaruh Penggunaan Selebriti Endorser Terhadap Brand Awareness Akun Instagram @georgiosstore Di kalangan Siswi SMA Negeri 1 Denpasar*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Udayana.

Iraisa Farasila. 2020. *Hubungan Terpaan Iklan Pada Akun Instagram @Sociolla dan Terpaan Online Customer Review Pada Sociolla Connect dengan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Sociolla*. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Diponegoro.

Website

<https://sportaways.com/tentang-kami> (Diakses Pada Tanggal 20 September 2022,

Pukul 11:00 Wib)

<https://goodlife.id/gak-kalah-kualitas-perlengkapan-olahraga-brand-lokal-diminati-di-sportaways/> (Diakses pada tanggal 20 September 2022, pukul 11:10