

DAFTAR PUSTAKA

- Alo, Liliweri. (2011). *Komunikasi Serba Ada dan Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Anizirm, & Wahyuni, R. (2017). Pengaruh *Social Media* Marketing Terhadap *Brand image* Perguruan Tinggi Swasta di Kota Serang. *Jurnal sains Manajemen*, 3, 1-14.
- Belch, G., & Belch, M. (2018). Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communication Perspectives. In Director (11th ed., Issue October). Mc Graw Hill Education.
- Deru, & Cindy. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan* , 2580-4928.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Firmansyah, M. . (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Kinanti, S. P. & Putri, B. P. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*, 9, 53-64
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th Editi). Pearson Education.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknis Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lestari, E. D., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap *Brand image* Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial Available*, 1(2), 75–82.
- Miles, J. G. (2014). *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customers with the Power of Pictures*. United States of America: Cenveo® Publisher Services.
- Ratri, L. E. (2007). Hubungan Antara Citra Merek Operator Seluler dengan Loyalitas Merek pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Semarang. Universitas Diponegoro.

- Redi, Panuju. (2019). *KOMUNIKASI PEMASARAN Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rizal, V. Z., & Lubis, E. E. (2014). Pengaruh Social Media Marketing Twitter Terhadap Terbentuknya *Brand image* Restoran Burger Gaboh Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1(02), 1–15..
- Ryan, T. (2013). *Sample Size Determination and Power*. John Wiley and Sons.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: In Media.
- Stellarosa, Y. & Kurniasari, M. (2017) Pengaruh Pesan Kampanye Diet Sehat Melalui Instagram Terhadap Citra Merek Dapurfit. *Bunga Rampai Komunikasi Indonesia*, 371-387.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wolf, M. J. (2018). *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customers with the Power of Pictures*. McGraw-Hill Education.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan (4th ed)*. Jakarta: Kencana Prenada Media.