

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis*.
- Adhawiyah, Y. R. (2019). *PERAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM MENCIPTAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KESADARAN MEREK (Studi pada Instagram Clothing Line Bangjo)*. 14(2), 267–281.
- Ali, M. R. A. dan D. S. F. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Forever Young Crew) Marketing Communication Strategy Through Instagram Media (Case Study Forever Young Crew). *E-Proceeding of Managemen*, 4(3), 3123–3130.
file:///C:/Users/user/Downloads/17.04.2365_jurnal_eproc.pdf
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan terhadap Kesadaran Merek Pelanggan. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 11(3), 207. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v11i3.9789>
- Amanah, D., Indonesia, U. P., Harahap, D. A., & Bandung, U. I. (2018). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan terhadap Kesadaran Merek Pelanggan*. June 2019. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v11i3.9789>
- Anggraeni, V., Novchi, R. W., & Hanafi, K. (2020). Sikap Followers Remaja Pekanbaru Terhadap Akun Instagram @ Awkarin. *Repository Universitas Muhammadiyah Riau*, 5(2), 6.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Dhestantya, D. (2018). *Pengaruh Beauty Vlogger Suhay Salim Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang , Banten*. 1–193.
- Fauzi, V. P. (2016). Pemanfaatan instagram terhadap Social Media Marketing Er-corner Boutique dalam Membangun Brand Awareness di Kota pekanbaru. *Pemanfaatan Instagram Terhadap Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru.*, 1–13.

- Gianty, G. (2017). Hak cipta dan penggunaan kembali : Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah , memperbaiki , dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial , selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat ya. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(1), 23–42.
[http://kc.umn.ac.id/5548/1/BAB II.pdf](http://kc.umn.ac.id/5548/1/BAB%20II.pdf)
- Gozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ii, B. A. B. (2019). *indah*.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2019). *Strategi Komunikasi..., Algi, Fakultas Ilmu Komunikasi 2019*. 8–45.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Jamil, N. A., Kurnia, A. D., & Jalaludin, J. (2020). Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 4(1), 82–94. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i1.101>
- Jasinta, F. A., Keputusan, P., Di, K., Jasa, B., Jasinta, F. A., Oktavianti, R., Ilmu, F., & Universitas, K. (2020). *6381-18122-1-Pb*. 423–432.
- Kinanti, S. P., & Putri, B. P. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi. Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic. Jurnal Komunikasi*, 9, 53-64.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>
- Nachrowi, & Usman, H. (2002). *Penggunaan Teknik Ekonometri. Rajawali Pers*.
No Title. (n.d.). https://www.instagram.com/thrshopp_/

- Putra, N. P., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F., Informatika, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2020). *Brew Melalui Instagram Dalam Menciptakan*.
- 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>
- Putri, R. A. (2019). *PENGARUH TAYANGAN BEAUTY VLOGGER DAN Oleh : Rizky Amanda Putri PROGRAM PASCASARJANA. 1720040007*.
- Rachmat Kriyantono. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi (Gustiara Azmi (ed.); 1st ed.). Kencana Prenamedia Group*.
- Riduwan, & A. (2007). *Rumus Data Dalam Aplikasi Statistika. Alfabeta*.
- Rizky, N., & Setiawati, S. Di. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HALOA CAFE Pendahuluan Seiring dengan berkembangnya zaman , berkembangnya teknologi informasi mampu memudahkan manusia untuk beraktifitas , mendapatkan berita maupun mencari berbagai informasi yang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 178–190. <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Sa'diya, L. (2017). STRATEGI PROMOSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN MEREK DI ERA GENERASI Z Lailatus Sa'diya Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi (Competence : Journal of Management Studies)*, 11(2), 186–195.
<https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3530/2601>
- Siregar, S. (2011). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian. PT. Raja Grafindo*.
- Solis, B. (2010). *Engage The Complete Guide for Brand and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web. New Jersey: John Wiley & Sons*.
- Suci Haryanti, M. P. . (2021). *Pengantar Statistika I (M. P. . Suci Haryanti (Ed.)).*
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vm1XEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA33&dq=penarikan+populasi+ke+sampel&ots=N_YaeunbC

o&sig=ugnCpTWW9Y8Ya_I7QQUdlij_vac&redir_esc=y#v=onepage&q
=penarikan populasi ke sampel&f=false

Wahidmurni, D. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*.

Repository.Uin-Malang, 4, 9–15.

