

## DAFTAR PUSTAKA

- Azuna Vion Harnadi. (2017). "Analisis Konten Serial Film Animasi Upin dan Ipin Musim 8 Ditinjau Dari Prinsip Desain Pesan Pembelajaran," *Jurnal Prodi Teknologi Pendidikan* 6, no. 4.
- Basu, Swastha & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty. Yogyakarta
- Belch, George E., Belch, Michal, A. (2009). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*, 8th Edition. New York : Pearson Education.
- Berkaf. (2018). *Creative Economy Outlook 2019*. Badan Ekonomi Kreatif
- Brogan, Chris. (2010) *Sosial Media 101 : Tractics and Tips To Develop Your Business Online* : Jhon Wiley & Sons.
- Bungin Burhan. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit : PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Fatihudin, ., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa :(Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan )*. Deepublish.
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-dasar Periklanan Cetak Keempat* Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media*. Business Horizons.
- KKartajaya, H. (2013). *CONNECT - Surfing New Wave Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip. (2000) *Marketing Management*. Prencite-Hall inc.
- Kotler, Philip (2009), *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta.

- Mahsun (2014). Teks dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Kurikulum 2013. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Mauladini, Astri. (2015).
- McPheat, Sean. (2011). Developing Internet Marketing Strategy. USA: Ventus Publishing.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Meida sosial :Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung:Remaja Rosdakarya.
- Setiawan, Iwan dan Savitry, Yosanova. (2016). *New Content Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Soemanagara, R. (2012). *Strategic Marketing Communication : Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta. CV
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Terence A, Shimp. (2003). *Periklanan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Erlangga, hlm 24.
- Poerwanto & Zakaria, L. Sukirno. (2014) *Komunikasi Bisnis. Perspektif Konseptual dan Kultural*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

**Sumber Jurnal :**

- Ayu, L. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). Jakarta: Universitas Bina Sarana Informatika.
- Ayu Safitri. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Jovafoofie). Sistem informasi, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika.
- Augustinah, Fedianty & Widayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. Jurnal Dialketika. Vol. 4, No. 2, P. 1-19.
- Azuna Vion Harnadi. (2017). “Analisis Konten Serial Fil Animasi Upin dan Ipin Musim 8 Ditinjau Dari Prinsip Desain Pesan Pembelajaran,” Jurnal Prodi Tekonologi Pendidikan 6, no. 4.
- Dewanti Pertiwi dan Henni Gusfa. Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Finy F. Basarah dan Gustina. (2020). “Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial,” Jurnal Abdi Masyarakat 5, no. 2.
- Jones & Livingstone (2018). ‘*The Online High Street’ Or The High Street Online? The Implications For The Urban Retail Hierarchy*’. Journal Of Consumer Marketing, vol. 33, no. 3, pp. 182-189
- Rahmawati, Siska. (2018). Institutional Repositoriens & Scientific Journals. Fenomena Pengguna Aplikasi Tiktok di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung.
- Ramadhanty, P., & Malau, R. M. U. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Content Instagram @KEDAIKOPIKULO Terhadap Sikap Konsumen. Jurnal Ilmu Komunikasi, 3, No.2.

Rivani Fardiana Putri, Elsa Windu Fitriani dan Sri Hardianti Sartika. Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia Yang Mendunia. Pendidikan Ekonomi, Universitas Siliwangi.

Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Strategi Komunikasi di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @bowo\_allpenniliebe). Jurnal Komunikasi Vol.9. No.2.

Tedjo Setyo Nugroho. Analisis Strategi Sosial Media Instagram Pada Produk Erigo Store. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus.

**Sumber Lain :**

Cindy mutia anur <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal>.

Citra Narada Putri & Dian Fitriani N. (2021 September,9) <https://www.parapuan.co/read/532882073/jadi-satu-satunya-brand-lokal-di-new-york-fashion-week-2022-ini-koleksi-erigo-x>

Data Indonesia (2022, Oktober 28). <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>.

Erigostore.(2022,Oktobar28). <https://instagram.com/erigostore?igshid=YmMyMTA2M2Y=> .

Erigostore.(2022,Oktobar29). [https://www.tiktok.com/@erigo.store?\\_t=8XC9jFs2uC&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@erigo.store?_t=8XC9jFs2uC&_r=1)

Hardianyan. (2019). Perkembangan Brand Lokal Indonesia yang Menarik Minat Anak Muda. From. <https://beritakota.co.id/2019/11/28/perkembangan-brand-lokal-indonesia-yang-menarikminat-anak-muda/>

Indah, S. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad di Instagram Terhadap Brand Erigo Store. Marketing, 322.

KataData. (2022, Oktober 26). <https://katadata.co.id/merek-lokal>.

- Kemp, S. (2021). Digital 2021 : Indonesia. Datareportal.com.
- KoinWorks. (April 12, 2018) Muhammad Sadad : Bisnis Rugi Puluhan Juta Hingga Raup Omzet Miliaran Lewat Erigo Store. From KoinWorks: <https://koinworks.com/testimonial/muhammad-sadad-erigo-store/>
- Kumparan. (2021, Maret 25). Cerita Brand Lokal Erigo Bisa Muncul di Times Square New York. From kumparan:<https://kumparan.com/millennial/ceritabrand-lokal-erigo-bisa-muncul-di-timessquare-new-york-1vQMIUXemia/full>.
- Maharani K, Daruwati. (September 14, 2022). <https://www.kompas.com/parapuan/read/533478669/tampil-di-new-york-fashion-week-2023-erigo-x-dan-tokopedia-tampilkan-balutan-proses-metamorfosis>.
- Mega, A. (Januari, 2017). Perkembangan Trend Fashion di Indonesia. From. Kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/>
- Rizal, J. G. (2020, April 13). Dampak Pandemi Corona, Penjualan Fashion Mewah Dunia Turun 650 Milliar Dollar AS. Kompas.Com.
- Praisra, H. (2019). Tiktok Bukan Media Sosial Lho. Bandung Republika.
- PRNewswire. (2017). Tiktok Aplikasi Video dengan Teknologi Canggih yang Mudah Digunakan. Resmi diluncurkan di Indonesua. Jakarta : PR Newswire A Cision Company.
- We Are Social. ( 2022, Oktober 24). <https://datareportal.com/reports/digital2021Indonesia?rq=digital%20Indonesia%2021>
- Utama, Lazuardhi & Novina P.B. (2018). Ini Penyebab Kominfo Blokir Tiktok. <http://www.viva.co.id/digital/digilife/10> 50527-ini-penyebab-kominfo-putuskan-blokir-tik-tok(diakses pada tanggal 19 2023).