

DAFTAR PUSTAKA

- Abyad, A. (2017). Importance of Consumer Trust in e-commerce.
- Albarran, A. B. (2013). The Social Media Industries. United Kingdom: Routledge.
- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda.
- Arifin, Z. (2010). Metodologi Penelitian Pendidikan Filosofi, Teori dan Aplikasinya. Surabaya: Lentera Cendekia.
- Bagong, S. S. (2006). Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan. Jakarta: Prenada Media Group.
- Bungin, B. (2007). Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. (2013). Qualitative Inquiry and Research Design Choosing among Five Approaches. United States of America: SAGE Publications Ltd.
- Diamond, S. (2015). The Visual Marketing Revolution 20 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Gumilar, G. (2015). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion Di Kota Bandung.
- Gunelius, S. (2011). 30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies.
- Haerisma, A. S. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran.
- Handayanto, A. (2014). Berani Sukses Karena Andal Memakai Youtube. Yogyakarta: Mediakom.
- Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Idrus, M. (2009). Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Jakarta: 2009.
- Juska, J. M. (2017). Integrated Marketing Communication Advertising and Promotion in a Digital World. London, United Kingdom: Taylor & Francis Ltd.
- Kartajaya, H. (2013). CONNECT - Surfing New Wave Marketing. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. &. (2008). Manajemen Pemasaran Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2016). Marketing Management 15th Edition. Pearson Education, Inc.

- Matthew, S. (2018). *#Instagrammarketing Cara Sistematis Mengumpulkan Follower Permanen di Instagram Dan Membuat Mereka Membeli Dari Anda*. Jakarta: PLP Book.
- Miles, M. &. (1984). Analisis Data Kualitatif. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Mira, Y. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Orange Button. 69-79.
- Moleong. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2016). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, Cetakan kedua. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, M. (1988). Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Paramitha, C. R. (2011). Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dalam Bidang Kuliner. 42.
- Poerwandari, E. (2007). Pendekatan Kualitatif dalam penelitian Psikologi. Jakarta: LPSP3 Universitas Indonesia.
- Puspitasari, C. P. (2017). Strategi City Branding Kota Surakarta Melalui Instagram @agendasolo.
- Rahim, C. (2012). Organizational Goals And Performance Measurement Criteria For Content Marketing.
- Rochman, I. (2015). Users' Engagement Toward The Brand Accounts In Instagram Based On The AISAS Model. 8.
- Ryan, D. &. (2009). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation. United States: Kogan Page Limited.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV.
- Sulaksana. (2003). Integrated Marketing Communications; Teks dan Kasus. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Uzunian. (2013). Factors Affecting 'Internet Marketing' Campaigns With Reference To Viral And Permission Marketing. 26-37.
- Yusuf. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Group.

Sumber Internet:

Digital 2021: Indonesia

<https://datareportal.com/>

Fortile Introduction.

<https://id.fotileglobal.com>

Hadirkan Produk Berkualitas Modena Jadi Pilihan Konsumen Indonesia. (2021).

<https://infobrand.id>

Konten Dan Aktifitas Digital Marketing Yang Tepat Bantu Tingkatkan Brand Awareness Merk. (2021).

<https://www.trasnco.com>

Modena Indonesia *Profile*.

<https://www.modena.co.id>

Race Against COVID-19: A Deep Dive on How Indonesian Consumers Are Reacting to the Virus. (14 April 2020).

<https://www.nielsen.com>

Tentang Electrolux Perusahaan Kami.

<https://www.electrolux.co.id/>