

## DAFTAR PUSTAKA

- Akrimi, Y., & Khemakhem, R. (2012). What Drive Consumers to Spread the Word in Social Media? *Journal of Marketing Research & Case Studies*.
- Baran, S. J. (2012). *Pengantar Media dan Melek Media dan Budaya*. Jakarta: Erlangga.
- Brake, S. &. (2010). *The Social Media Bible : Tactic, Tools, and Strategies For Business Success, Edisi 2, Paperback*.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi ala Net Generations*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Bungin, B. (2007). *Analisis Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. In Penelitian Kualitatif.
- Bungin, Burhan. (2009). *Penelitian Kualitatif*. Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, O. U. (2002). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Gurnelius, S. (2011). *30-minute Sosial Media Marketing*. USA: McGrawHill Co.
- Hedynata & Radianto. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurnal Manajemen Dan Strat-Up Bisnis*.
- Joseph, T. (2011). *Apps - The Spirit of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 1.
- Kertamukti, R., Ilmu, D., Uin, K., & Kalijaga, S. (2015). *INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)*. 08(01), 57–66.
- Kotler, dan K. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. Pearson Education International.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks Kotler 2008.
- Kriyantono, R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kushwaha, B. P., Singh, R. K., Varghese, N., & Singh, V. N. (2020). Integrating social media and digital media as new elements of integrated marketing communication for creating. *Journal of Content, Community and*

- Communication*, 10(6), 52–64. <https://doi.org/10.31620/JCCC.06.20/05>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Lexy J, M. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Lieb, R. (2012). *Content Marketing: Think Like a Publisher-- how to Use Content to Market Online and in Social Media*. Que Publishing.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana.
- Morissan. (2019). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muttaqin, Z. (2012). FACEBOOK MARKETING DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN MODERN. *Teknologi*, 1(2). <https://doi.org/10.26594/teknologi.v1i2.63>
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, Mohammad, P. D. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Neti. (2011). Social Media and Its Role in Marketing. *Bussiness and Economic Journal*, 07, 01.
- Pamungkas. (2017). *Pengantar Dan Implementasi Basis Data*. Deepublish.
- Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKis.
- Prasetyo, B. dkk. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. UB Press.
- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rizal, V. Z., & Lubis, E. E. (2014). Social Media Marketing Twitter Dan Brand Image Restoran Burger. *Jurnal Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau Pekanbaru*, 5(2), 155–165. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/2419>
- Selvakumar, J. J. (2014). Dimensions of Integrated Marketing Communication (IMC) and Their Impact in Creating Brand Equity in the Quick Service Restaurant (QSR) Industry in Coimbatore City. *Ushus - Journal of Business Management*, 13(4), 27–40. <https://doi.org/10.12725/ujbm.29.3>
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Wantoro, R. P. (2020). MEDIA INSTAGRAM DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE ( Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @ askxorg ). *Pemasaran*, 6, 1–16.

### **Sumber Internet :**

Fajriana, M. (2018, September 22). Melihat Perkembangan Industri Klinik Kecantikan di

Indonesia. Retrieved September 28, 2018, from FIMELA:  
<https://www.liputan6.com/fashion-beauty/read/3649758/melihatperkembangan-industri-klinik-kecantikan-di-indonesia>

<https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>

Ludwianto, Bianda. (21 Februari 2020). Riset: 64% Penduduk Indonesia Sudah Pakai Internet. <https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudah-pakai-internet-1ssUCDbKILp/full>. Diakses pada 21 Agustus 2020