

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on Thee Values a Brand Name*. New York: Free Pass.
- Amalia, N., Moita, S., & Tawulo, d. M. (2018). Dampak Penggunaan Teknologi Handphone Terhadap Pola Interaksi Suami dan Istri. *Neo Societal*, 400-407.
- Baran, S. J. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*,. Jakarta: Salemba Humanika.
- Dani, S. (2004). *Motivasi Kepembimpinan dan Efektivitas Kelompok*.
- Deslima, Y. D. (2019). *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiarann Islam UIN Raden Intan Lampung*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.
- Durianto, S. D., & Budiman, L. j. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ermawati, P. W., Sudiro, A., & Khusniyah, N. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek pada Pelanggan Hypermarket di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 375.
- Feroza, C. S. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun @yhoophii_official sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 33.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psiikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gusmala, P. (2022). *Analisis Rebranding*. Ponorogo: UMPO.
- Haqiqi, M. H. (2022). *Efektivitas Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Daya Beli Followers Pada Produk Body Serum di @numyskincare*. Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Method*. Hidayatu Quran.
- Iskandar. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatida dan Kualitatif)*. Jakarta: GP Press.
- Katsanis, P. D. (1995). Understanding Brand Equity for Succesful Brand Extensions. *Journal of Consumer Marketing*, 54.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.

- Lestari, A. (2020). *Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Missyshop Official di Kota Makassar*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Lestari, D. P. (2014). Analisis Startegi Internet Marketing Butik Online di Surabaya Melalui Instagram. *Commonline Departemen Komunikasi*, 418.
- Maros, F., Elitear, J., Tambunan, A., & Koto, E. (2016). Penelitian Lapangan (Field Research).
- Mirzaqon, A. T., & Purwoko, B. (2017). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori dan Praktik Konseling Expressive Writing. *Jurnal BK Unesa*.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Pawaka, D. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial @indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminis . *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 70-86.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Book: Tangerang.
- Primadiani, M. A. (2018). *Efektivitas Media Sosial Media Instagram sebagai Media Promosi (Studi Kasus di UKM Lancar Jaya dan Barokah Jaya Kota Batu)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Putri, E. C. (2018). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram @nunuzoo)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sari, M. (2020). Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA. *Jurnal Pendidikan IPA dan Pendidikan IPA*, 41-53.
- Semiawan, C. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif : Jenis, karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Siddiqui, K. A., & dkk. (2016). Effect of size, Location and Content of Billboards on Brand Awareness. *Journal of Business Studies Quarterly*, 45.
- Sinaga, D. (2014). *Buku Ajar Statistika Dasar*. Jakarta: UKI Press.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjipto, F., & Candra, G. (2012). *Pemasaran Energik*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wardhana, A., & dkk. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Yusuf, A. (2014). *Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

