

DAFTAR PUSTAKA

- Chu, S.-C., & Seock, Y.-K. (2020). The Power of Social Media in Fashion Advertising. *Journal of Interactive Advertising*, 93-94.
- Goldwin, J., Prabhu, K. A., & Ahmed, A. (2021). Impact of Social Media on the Purchase Intention in the Apparel Industry. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*.
- Gumilar, G. (2015). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*.
- Harahap, A. J., Tandian, B., Pangestu, Herwanto, V. A., & Apriyanti, V. C. (2022). Pengaruh Marketing Brand Pakaian di Instagram Terhadap Niat Beli Masyarakat di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 186-194.
- Luttrell, R. (2015). *Social Media How to Engage, Share, and Connect*. London, United Kingdom: Rowman & Littlefield Publishing Group.
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *JOM FISIP Vol. 4*.
- Murdiyanto, D. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Pienrasmi, H., & Nur, F. A. (2021). Analisis Pemanfaatan Sosial Media Instagram Dalam Membangun Brand Awareness Pada Industri Fashion Brand Denim Lokal di Bandar Lampung. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Rahman, D., & Kurniawati, D. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro di Kabupaten Sumenep). *Jurnal Pemikiran & Penelitian Ekonomi*.
- Ruslan, R. (2000). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Sharma, S., Singh, S., Das, G., & Kujur, F. (2020). Social Media Activities and Its Influence on Costumer-Brand Relationship: An Empirical Study of Apparel Retailers' Activity in India. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 602-617.
- Trad, N., & Al Dabbagh, M. A. (2020). Use of Social Media as an Effective Marketing Tool for Fashion Startups in Saudi Arabia. *Open Journal of Social Sciences*, 319-332.

- Yang, Y., Khan, Z., & Zhang, Y. (2020). The Influence of Social media Marketing On Apparel Brands' Customers' Satisfaction: The Mediation of Perceived Value. *Asian Academy of Management Journal*, 167-188.
- Yusuf, M., & Yusuf, A. (2012). *1 Jam Membuat Toko Online dengan Joomla-Virtuemart*. Yogyakarta: Expert