

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press
- Adisti, P., & Mudiantono, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pesan Iklan, Kualitas Produk, Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Serta Citra Merek Dan Sikap Terhadap Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Produk Bedak Wajah Viva Cosmetics Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), 738-750.
- Agustine, M., & Prasetyawati, Y. R. (2020). Pengaruh kualitas informasi Instagram dan electronic word of mouth terhadap citra dapurfit. *PRofesi Humas*, 5(1), 82-97.
- Ananda, Aris. (2011). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Anang, Firmansyah. (2019). *Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama*, penerbit Qiara Media, Jawa timur
- Ardianto, Elvinaro, Erdinaya, Lukiati & Komala. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Ariadne, C., & Sari, S. (2017). *Teknik Mengelola Produk dan Merek.*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012) *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Budiarta, I.K. (2016). *Faktor- faktor yang mempengaruhi kinerja Auditor BPK RI Perwakilan Provinsi Bali*
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information System Success: The Quest for the Dependent Variable. *Information System Research*, March, 60-95.
- DeLone, W.H., & McLean, E.R. (2003). The Delone and Mclean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Ferrell, O., & Hartline, M. D. (2011). *Marketing Strategy (Fifth Edit)*. Cengage Learning.

- Hovland, C.I., et al. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. New Have, CT: Yale University Press.
- Jogiyanto, H.M.. (2005). *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*, ANDI, Yogyakarta
- Julius, et al. (2016). *Manajemen Pemasaran (Model kepuasan dan Loyualitas Pelanggan)*.
- Kartika, N., & Yuningsih, S. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi dalam Media Instagram@ nusatalent Terhadap Citra Nusa Talent. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ* (Vol. 2021).
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Lazawardi, A., Prasetyo, D., Pristania, D., Vidyaputri, S. A., & Jurist, A. (2020). Strategi “Erigo Store” Dalam Memanfaatkan Era Industri 4.0.
- Leuenberger, A. (2006). Endorphins, Exercise, and Addictions: A Review of Exercise Dependence‘ Impulse: The Premier Journal for Undergraduate
- Manurung, A., Sutedja, E., & Santoso, L. (2019). Analisis Konsistensi Merek dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Produk *Fashion*). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*.
- McQuail, D. (1987). *Teori Komunikasi Massa*, terj Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Netherlands: SAGE Publications, Ltd.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun *Brand Image* Melalui Media sosial Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag).
- Nasionalita, Kharisma. (2015). Relevansi Teori Agenda Setting Dalam Dunia Tanpa Batas. *Jurnal Ilmiah Komunikasi MAKNA*.
- Sari, A. M., & Kartika, A. (2016). Analisis Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Association*, dan *Brand Loyalty* terhadap Keputusan Pembelian.

Schiffman & Kanuk. (2014). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia

Siregar, Nurul Efrina. (2011) *Pengaruh Terpaan Media Tentang Pemberitaan Kiamat 2012 Terhadap Sikap Warga Kauman Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta. hal 13-1.

Putri, R. F., Fitriani, E. W., & Sartika, S. H. (2022). "Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store: *Brand Fashion* Lokal Indonesia yang Mendunia." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis, dan Keuangan*, 2(5), 213.

Simamora, B. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta

Webber, R. (1999). *Information System Control and Audit*, First Edition, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall Inc.

Wiji Suwarno. (2010). *Pengetahuan dasar kepustakaan*. Ghalia Indonesia.

databoks.katadata.co.id/index.php/datapublish/2020/05/01/pasar-modest-fashion-indonesia (diakses pada tanggal 5 Agustus 2023)

katadata.co.id/ameidyonasution/brand/613e0b88a667b/promosi-dan-e-commerce-yang-mengantarkan-erigo-dari-depok-ke-new-york?page=all (diakses pada tanggal 5 Agustus 2023)

katadata.co.id/ameidyonasution/brand/613e0b88a667b/promosi-dan-e-commerce-yang-mengantarkan-erigo-dari-depok-ke-new-york?page=all (diakses pada tanggal 10 Agustus 2023)

wikipedia.org/wiki/Instagram (diakses pada tanggal 10 November 2023)