

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, David. 2014. *Aaker on Branding 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Chaffey, Dave & Fiona Ellis-Chadwick. 2016. *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice 6th edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Darmawi, Herman. 2011. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Sawo Raya
- Diamond, Stephanie. 2015. *The Visual Marketing Revolution*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta
- Durianto, Darmadi dkk. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan. Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Evans, Dave. 2008. *Social Media Marketing An Hour A Day*. Canada: Wiley Publishing, Inc
- Fitriah, Maria. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish
- Hikmawati, Fenti. 2017. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Kennedy, John E & Soemanagara, R. Demawan. 2006. *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 1*. Jakarta: PT Indeks

- Kotler, Philip T & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran 13th Edition*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip T & Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip T & Armstrong, Gary. 2016. *Marketing Management 15th*. Boston: Pearson Education
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Prisgunanto, Ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran, Strategi, dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Rangkuti, Freddy. 2002. *THE POWER OF BRANDS Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pembangunan Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Riduwan, dan Kuncoro, Ahmad Engkos. 2007. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta
- Shimp, Terrence A. 2003. *Periklanan dan Promosi*. Erlangga: Jakarta
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sujarweni, V dan Endrayanto, Poly. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sujarweni, V. Wiratna. 2016. *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (MIXED METHODS)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Supardi. 2016. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Edisi Revisi Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif*. Jakarta: Change Publication
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah. 2011. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Seri Manajemen Merek 01 – Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Wibowo, Lili Adi dan Donni Juni Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta

E-Book

- Arifin, Johar. 2017. *SPSS untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Moriarty, Sandra dkk. 2015. *Advertising edisi kedelapan*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Solis, Brian. 2011. *ENGAGE! The Complete Guide For Brand and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web Revised and Updated*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc

Skripsi

- Afifah, Khansa. 2016. *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Tingkat Brand Awareness Roaster and Bear Cofee Lounge & Kitchen* [Skripsi]. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Kinanti, Syafira Putri. 2016. *Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic* [Skripsi]. Bandung: Universitas Telkom

Lestari, Isnawati Eka. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Brand Equity dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Fanpage Facebook Hijab Elzatta)* [Skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor

Pangestu, Putra Akbar. 2018. *Pengaruh Perceived E-Service Quality Terhadap Brand Equity Produk Tcash Kota Bandung* [Skripsi]. Bandung: Universitas Telkom

Rizal, Natasha. 2018. *Analisis Pengaruh Social Media Marketing dan Content Marketing terhadap Brand Equity Serta Dampaknya pada Purchase Intention Calon Peserta BINUS Center Alam Sutera* [Skripsi]. Jakarta: BINUS

Jurnal

Alif Ryan Zulfikar. (2017). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Trust Pada Followers Instagram Dompok Dhuafa Cabang Yogyakarta*. 1, 279-294. Retrieved from jurnal.ar-raniry

Dhanushanthini Ajanthan. (2017). *The Role of a Social Media Marketing in Building Brand Equity – A Special Reference to Travel & Tourism Industry in Sri Lanka*. 17, 30-37. Retrieved from journalofbusiness

Erdogmus, Irem Eren & Cicek, Mesus. (2012). *The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty*. 58, 1353-1360. Retrieved from Elsevier

Kim, J. Angella & Eunjo Ko. (2011). *Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand*. 65, 1480-1486. Retrieved from Elsevier

Marrisa Pusparini. (2012). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook dan Twitter Terhadap Brand Equity Kamera Canon Indonesia*. Retrieved from <http://www.academia.edu>

Melissa Anastasia Karman. (2015). *The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity toward the Purchase Intention of starbucks Indonesia*. 3(2). 77-88. Retrieved from <https://www.neliti.com/id/>

Metta Ratana. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Ekuitas Merek (Program Crowdsourcing Foto Periode 18 Juli 2016 – 2 April 2017 di Instagram)*. 22(1),13-28. Retrieved from [researchgate](https://www.researchgate.net/publication/328111111)

Mohd. Sarwar Alam. (2015). *Impact of Social Media on Brand Equity : A Literature Analysis*. 9, 1-12. Retrieved from [researchgate](https://www.researchgate.net/publication/266111111)

Nunik Ratnasari. (2016). *Pengaruh Social Media Marketing dan Perilaku Konsumen Online di Kota Subang Terhadap Brand Story pada Aplikasi Instant Messenger Line*. 13(1). Retrieved from [ejournal.stiesia](http://ejournal.stiesia.com)

Satheeka Kavisekere. (2016). *Effect of Social Media Marketing on Brand Equity of Online Companies*. 14, 201-216. Retrieved from [ideas.repec](http://ideas.repec.org)

Internet

[Online] <https://www.jenius.com/jenius-care/> (diakses 13/08/2018 pukul 13.29)

[Online] <https://www.btpn.com/id/tentang-kami/sekilas-btpn> (diakses 13/08/2018 pukul 13.37)

[Online] <https://www.jenius.com/en/english-btpn-luncurkan-jenius-aplikasi-revolusioner-yang-mudah-cerdas-dan-aman-untuk-mengatur-life-finance/> (diakses 13/08/2018 pukul 13.47)

[Online] <https://socialblade.com/instagram/user/jeniusconnect> (diakses 13/08/2018 pukul 15.15)

[Online] <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> (diakses 13/08/2018 puku 15.20)

[Online] <https://suite.socialbakers.com/549987/analytics/?v-demo=1&c-d1=last-30&c-1=0> (diakses 14/08/2018 pukul 11.00)

[Online]<http://retailfinance.theasianbanker.com/top-digital-financial-institution>
(diakses 04/09/2018 pukul 18.31)

[Online]<https://jasaallsosmed.co.id/services/instagram/views> (diakses 05/09/2018
pukul 08.33)