

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N.H.. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: Cv. Pustaka Setia.
- Alhaddad, Abdullah Awad. (2015). *The Effect Of Advertising Awareness On Brand Equity In Social Media*. 5(2): 73-84.
- Allem, Patrick, Jon, Anuja Majmudar. (2019). *Are Electric Scooters Promoted On Social Media With Safety In Mind? A Case Study On Bird's Instagram*. 13: 62-63.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chianasta, Felix Pratama, Sandy Wijaya. (2014). *The Impact Of Marketing Promotion Through Social Media On People's Buying Decision Of Lenovo In Internet Era: A Survey Of Social Media Users In Indonesia*. 4(1).
- Dantes, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Diyatma, Aris Jatmika. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. Issn : 2355-. 9357 E-Proceeding Of Management : Vol.4, No. 1 April 2017.
- Efendi, Jusuf Udaya, Setiyaningrum. (2015). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gumilar, Gungum. (2015). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion Di Kota Bandung. 5(2).
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : Center For Academic Publishing Service.
- Hasanah, Desi Nur. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Penerapan Online Marketing Pada Online Shop(Studi Pada Mahasiswa Telkom Economics And Business School Angkatan 2010-2013). Skripsi Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Telkom: Diterbitkan.
- Indika, Deru R., Cindy Jovita. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. 01(01): 2580-4928.
- Indrawan, Rully, Poppy Yuniawati. (2014). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan* Bandung: Pt Refika Aditama
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Refika Aditama.
- Ismail, Ahmed Rageh. (2017). *The Influence Of Perceived Social Media Marketing Activities On Brand Loyalty: The Mediation Effect Of Brand And Value Consciousness*. 29(1): 129-144.
- Joseph, Thomas. (2011). *Apps The Spirit Of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Koesomwidjojo, Suci. (2017). *Balance Scorecard Model Pengukuran Kinerja Organisasi Dengan Empat Perspektif*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Kotler, Philip And Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga

- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management. 15<sup>th</sup> Edition*. Pearson Education, Inc.
- Liu, Rendani, Ayoung Suh. (2017). *Self-Branding On Social Media: An Analysis Of Style Bloggers On Instagram*. 124: 12-20.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan. (2015). *Pratikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moehiono (2014) *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*, Edisi Revisi. Jakarta : Rajawali Pers
- Morissan, M.A.. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana
- Musafiq, Abdul. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Timboel (Studi Kasus: Konsumen Kopi Timboel Di Jakarta Tahun 2017)
- N, Michaelidou, Siamagka, N. T., & Christodoulides, G. (2011). *Usage, Barriers And Measurement Of Social Media Marketing: An Exploratory Investigation Of Small And Medium B2b Brands*. *Industrial Marketing Management*, 40(7), 1153–1159.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Prasetyo, Danang Dwi, Astri Wulandari. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Mukena Fathiya Cimahi Tahun 2018. 4(3) 1209.
- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan Spss 20*. Edisi Kesatu. Yogyakarta: Andi.
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*, Bandung: Alfabeta.
- Sabirin. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mendorong Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Promosi Online Pada Online Shop ( Studi Pada Mahasiswa Bandung)
- Sandjojo. (2011). *Aplikasi Spss Untuk Smart Riset*. Alfabeta, Bandung.
- Santoso, Singgih. (2004). *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik Dengan Spss Versi 11.5*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. (2012). *Panduan Lengkap Spss Versi 20*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat. Jakarta
- Sekaran, Uma. (2014). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. d. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siahaan, Agusmiati. (2016). Pengaruh Aktivitas Promosi Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Image* (Studi Pada Pelanggan Mujigae Festival Citylink Bandung Tahun 2016)
- Singh, T. P., & Sinha, R. (2017). *The Impact of Social Media on Business Growth and Performance in India*. *Internasional Journal of Research in Management & Business Studies*.
- Strauss, Judy & Raymond Frost. (2014). *E-Marketing (7th Edition)*. New Jersey: Pearson Education.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Bandung: Pt Refika Aditama.
- Suharsono, Riyanto Setiawan, Rini Purnama Sari. (2019). Pengaruh Promosi Media *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. 1(2): 2621-3230.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumanto. (2014). *Teori Dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta : Caps (Center Of Academic Publishing Service).
- Sunjoyo, Dkk. (2013). *Aplikasi Spss Untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto Danang. *Uji Khi Kuadrat & Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010
- Tanjaya, Edward. 2017. Efektifitas Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merek Dr. Churros. 2(4).
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Trainor, K. J., Andzulis, J. (., Rapp, A. & Agnihotri, R., 2013. *Social Media Technology Usage And Customer Relationship Performance: A Capabilities-Based Examination Of Social Crm. Journal Of Business Research*.

#### **Website**

- Kemp, Simon. 2019. *Digital Report Indonesia* <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia> (Diakses pada 18 Maret 2019)
- Effendi, Anwar. 2017. Pengusaha Muda di Bandung Terus Berkembang (Diakses pada 3 April 2019)
- Solechah, Ika Nur. 2017. Social Media Marketing Strategi <https://www.herosoftmedia.co.id/social-media-marketing-strategi/> (Diakses pada 2 April 2019)