

DAFTAR PUSTAKA

Buku & Jurnal

- Abdilah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: ANDI.
- Breil, Vinícius Andrade et al., (2011). *The influence of adaptation and standardization of the marketing mix on performance: a meta-analysis*. BAR, Braz. Adm. Rev. vol.8 no.3
- Bruni, A. F. (2014). Marketing performance measurement in hotels, travel agencies and tour operators: a study of current practices . *Routledge*.
- Charlesworth, A. (2018). *Social Media Marketing: Marketing Panacea or the Emperor's New Digital Clothes?* New York: Business Expert Press.
- Dolan, C. B. (2017). Social Media Engagement Behaviour : A Framework for engaging customers through social media content. *European Journal of Marketing Vol 53 No 10*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0, Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glanz, Karen., Barbara K., Rimer K Viswanath. (2015). *Health Behavior: Theory, Research, and Practice*. San Fransisco. John Wiley & Sons, Inc
- Greve, G. (2014). *The Moderating Effect of Customer Engagement on Social Media Content - Loyalty Relationship*. Social and Behavioral Sciences 148, 2013-210
- Gunelius, S. (2010). *30-Minute Social Media Marketing: Step-by-step Techniques to Spread The Word About Your Business*. New York: McGraw Hill Professional.
- Harrigan. Paul, d. (2017). Customer Engagement With Tourism Social Media Brands. *Tourism Management* 59, 597-609.
- Haryono, S. (2017). *Structural Equation Modelling untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. Bekasi: Intermedia Personalia Utama.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETA.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi. Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.

- Kim, A. J. (2016). Power of Consumers Using Social Media : Examining The Influences of Brand-related User-Generated Content on Facebook. *Computers in Human Behavior* 58, 98-108.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing, 15th Edition*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing, 16th Edition*. Harlow: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: ALFABETA.
- Mamun, A. A., Mohiuddin, M., Fazal, S. A., & Ahmad, G. B. (2017). Effect of entrepreneurial and market orientation on consumer engagement and performance of manufacturing SMEs. *Managemeng Research Review Vol 41 No 1*, 133-147.
- Narimawati, U., & Sarwono, J. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: ANDI.
- Noh, J., & Fitzimmons, J. A. (1999). Effect of information technology on marketing performance of Korean service firms. *International Journal of Service Industry Management, Vol. 10 No 3*, 307-319.
- Peterson, M., & Ekici, A. (2007). Consumer Attitude toward Marketing and Subjective Quality of Life in the Context of a Developing Country. *Journal of Macromarketing*
- Riani, Devi & Harry Soesanto. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Word of Mouth Terhadap Minat untuk Berpindah Merek (Brand Switching) dengan Perceived Value Sebagai Mediasi*. Diponegoro Journal Of Management. Volum 4 No 2
- Santoso, A. P. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement : Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita.
- Sari, F. P. (2017). Pengaruh Lingkungan Pemasaran Pada Kinerja Pemasaran Harian Surat Kabar Tribun Lampung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.
- Syahputra. (2017). Relationship between Integrated Marketing Communications Management and Marketing Performance of Small Medium Enterprise in

Malaysia. *International Journal of Science and Reserach (IJSR) Volum 4 Issue 4*, 2009-2013.

Theresia. (2015). *The Rebranding Strategy Design of Viva Queen Products*. Reporsitory Universitas Maranatha

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa- Prinsip Penerapan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.

Wang, Zhan. (2016). *Can Social Media Marketing Improve Capabilities and Firm Performance?*. *Journal of Interactive Marketing* 39

Winata, A. S. (2010). Mengukur Kinerja Pemasaran : Kajian Konseptual Perkembangan Teori. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Vol 10 No 2 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 194-219.

Website

<https://id.yougov.com/id/news/> diakses pada 5 maret 2020

<https://money.kompas.com/> diakses pada 17 April 2020

www.hinet.co.id diakses pada 15 April 2020

www.kbbi.com diakses pada 1 November 2019

www.kominfo.go.id diakses pada 5 maret 2020

www.lifewire.com diakses pada 18 Januari 2020

www.liputan6.com diakses pada 18 Januari 2020

www.mediapublica.co diakses pada 18 Januari 2020

www.mix.co.id diakses pada 15 April 2020

www.reviewbukalapak.com diakses pada 16 April 2020

www.swa.co.id diakses pada 17 April 2020

www.socialblade.com diakses pada 16 Januari 2020

www.sociobuzz.com diakses pada 18 Oktober 2019

www.topbrand-award.com diakses pada 16 Januari 2020

www.wearesocial.com diakses pada 25 Oktober 2019