

## DAFTAR PUSTAKA

- Andri, A., 2015. Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Merek Yamaha Pada CV. Sinar Utama Cabang Antasari di Samarinda. *EJournal Ilmu Adm. Bisnis*.
- Basuki, 2015. Analisis Regresi. Rajawali pers.
- Brodie, Linda, Beljan, Ana, 2013. Consumer Engagement in A Virtual Brand Community: An Exploratory Analysis. *J. BusinessResearch*.
- Chaffey, Chadwick, 2016. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Sixth Edition*. ed. Pearson, United Kingdom.
- Clow, Baack, 2018. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication*. Pearson Education Limited, United Kingdom.
- Echdar, S., 2017. *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*, 1st ed. Ghalia Indonesia.
- Frost, Raymond, Judy, Strauss, 2016. *E-Marketing*. Routledge, New York.
- Ghozali Imam, 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jony, 2015. *177 Problem Solving of Direct Marketing*. Flash Books.
- Karr, 2016. *How To Map Your Content To Unpredictable Customer Journeys*. Meltwater Outside Insight. Meltwater.
- Kotler, Amstrong, 2018. *Principles of Marketing*, 15th ed. Global Edition, Pearson.
- Kotler, Kartajaya, Setiawan, 2017. *Marketing 4.0 : Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons Inc, New York, United States.
- Kotler, Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education, inc.
- Pansari, Kumar, 2016. Customer Engagement: The Construct, Antecedents, and Consequences. *J. Mark. Res.*
- Priansa, D.J., 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Purwana, 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*. J. Pemberdaya. Masy.

Madani.

- Rd Soemanagara, 2016. *Strategic Marketing Communication Konsep Strategis Dan Terapan*. Alfabeta.
- Rufaida Izzaturrohmah, N., 2019. Analisis pengaruh pemasaran digital (digital marketing) terhadap brand awareness pada e-commerce. Universitas Telkom.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)*. Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Alfabeta, Bandung.
- Suryani, Hendrayadi, 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Prenada Media Grup, Jakarta.
- Tjiptono, F., 2015. *Strategi Pemasaran*. Gramedia.
- Widodo, 2017a. *Metodologi Penelitian Populer Dan Praktis*. Rajagrafindo.
- Widodo, 2017b. *Metodologi penelitian Populer Dan Praktis*. Rajagrafindo.
- Juliyansi, M. F., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Dan Customer Bonding Terhadap Purchase Intention Pada Tunas Daihatsu Soekarno-Hatta Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5.
- Wibisana, F. R., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk. Prosiding, Seminar Nasional Teknologi Terapan, Sekolah Vokasi UGM, ISBN
- Mujahadah, I. N., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Traveland Convex Indonesia Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4.
- Buwana, M. H. S., & Suryawardani, B. (2017). Analisis Promosi Penjualan Dapur Bebek Bojongsoang Bandung Tahun 2017. *eProceedings of Applied Science*, 3.
- Yulianingsih, A., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Pada

- Nexa Hotel Bandung Tahun 2018). *eProceedings of Applied Science*, 4.
- Nurasipa, G., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Event Bandung Light Festival dan City Branding terhadap Keputusan Berkunjung ke Kota Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5.
- Falianda, S., & Disastra, G. M. (2020). Tinjauan Kualitas Website TOKOPERHUTANI. COM berdasarkan Pendekatan Webqual 4.0 pada Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 6.