

DAFTAR PUSTAKA

- Alhadeed, A. Y. (2017). *The impact of Social Media Marketing on Purchase Intention*.
- Arum Wahyuni Prubohastuti dan Asmi Ayuning Hidayah. (2020). *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser*.
- Brian Solis. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons Inc.
- Drury, Glen. (2008). *Social Media: "Should Marketers Engage and How Can it be Done Effectively."* 274–277.
- Fandy Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset*.
- Fillah dan Fitria. (2018). *Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Indihome*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23: Vol. VIII* (8th ed.).
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- John William Stanton. (2012). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity Third Edition*. Pearson International Edition.
- Kim, A. , J. & K. E. (2012). *Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand*. 1480–1486.
- Kotler, P. & K. L. Keller. (2016). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P. A. G. A. (2018). *Principle Of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium (Diterjemahkan Oleh : Hendra Teguh dan Ronny A Rusli)*. Prenhallindo.
- Mowen. (1995). *Perilaku Konsumen*. Pustaka Ilmu.
- Nazir. (1988). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Peter, J. P. & J. C. O. (1999). *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (4th ed., Vol. 2). Erlangga.
- Philip Kotler & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Philip Kotler & Gary Armstrong. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed., Vols. 1 & 2). Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing managemen (Global Edition)* (15e ed.). Pearson.
- Prastyo. (2014). *Pengaruh electronic wordof-mouth di media sosial twitter terhadap minat beli konsumen pada restoran cepat saji hoka hoka bento. (internet)*.
- Riyanto Slamet & Harmawan Aglis Andhita. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Siswanto Sutojo. (2004). *Membangun Citra Perusahaan*. Damar Mulia Pustaka.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Truten, T. , & W. A. M. (2018). *Advancing Our Understanding of The Theory and Practice of Social Media Marketing: Introduction To The Special Issue. Journal of Marketing Theory and Practice*.
- Uma Sekaran & Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed., Vol. 2). Salemba Empat.