

BIBLIOGRAPHY

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press.
- Annisa, A. N., Suwandari, L., & Adi, P. H. (2019). Analisis Pengaruh Customer Experience, User Experience, dan Hambatan Berpindah Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Go-Jek di Kota Purwokerto). *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 9(1).
- Ansari, Ghori, & Kazi. (2019). Impact of brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision.
- Ardiansyah, & Sarwono. (2020). How Social Media Marketing Influences Consumers Purchase Decision: a Mediation Analysis Of Brand Awareness.
- Assael, H. (2001). *Consumers Behavior and Marketing Action*. Boston Massachusetts, USA: Kent Publishing Company.
- As' ad, H. R., & Alhadid, A. Y. (2014). The impact of social media marketing on brand equity: and empirical study on mobile service providers in Jordan. *Review of Integrated Business and Economics Research*, 3(1).
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Gramedia Pustaka Umum.
- Bandur, A. (2013). *Penelitian Kuantitatif Desain dan Analisis Data dengan SPSS*. DEEPUBLISH.
- Carl, W. J. (2006). *What's All The Buzz About. Management Communication Quarterly*.
- Durianto, D. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (4, Ed.) Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Husein, U. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi*. Teknologi Komunikasi dan nformasi Aditama.
- Jamali, & Khan. (2018). The Impact of Consumer Interaction on Social Media and Brand Awareness on Purchase Intention (Case Study Of Samsung).

- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow*. NC: English : Pearson Education.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Peiklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, K., & Amstrong. (2011). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (1 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2010). *Manajamen Pemasaran*. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2002). *Marketing places*. Simon and Schuster.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kurniasari, & Budianto. (2018). Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention and Brand Loyalty: Evidence from Indonesia's Banking Industry.
- Lee. (2012). *Electronic Commerce Management for Business Activities and Global Enterprises: Competitive Advantages: Competitive Advantages*. USA: GI Global.
- MC. Millan, J. H., & Schumacher, S. (2001). *Research in Education, A Conceptual Introduction* (5 ed.). New York: Addison Wesley Longman, Inc.
- Manzoor, A. (2010). *E-Commerce: An Introduction*. USA: GI Global.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenada Media Group.
- Muliawan, J. U. (2014). *Metodelogi Penelitian Pendidikan Dengan Studi Kasus*. Gava Media.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nuraini, & Hadi. (2019). The Effect of Social Media Marketing and Word Of Mouth on Purchase Decisions at Panties Pizza Malang. *JAB Journal of Business Applications*.
- Okazaki, S. (2012). *Advance n Advertising*. Hamburg: Gabler.
- Prasetyo, & Bambang, D. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press.
- Prisgunanto, I. (2020). Social media and visit decision to tourist destinations: Measuring the impact of instagram on expatriates in Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(1).
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus: Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Riduansyah, M., Suharyono, & Arifin, Z. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Kesan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Sepatu Merek Adidas di Adidas Store Mal Olympic Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 41(1), 163-169.
- Rochaety, Eti, & Tresnati, R. (2005). *Kamus Istilah Komunikasi* (1 ed.). Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga.
- Shimp, T. A., & Andrew, C. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (9 ed.). USA: Cengage Learning.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (19 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. PT Refika Aditama.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumangla, R., & Panwar, A. (2014). *Capturing, Analyzing, and Word of Mouth in Digital Marketplace*. USA: GI Global.
- Swastha. (2010). *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. Yogyakarta: BPF.
- Taniredja, T., & Hidayati, M. (2011). *Penelitian Kuantitatif; Sebuah Pengantar*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2010). *Pemasaran Jasa* (1 ed.). Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Tuten, T. L. (2008). *Advertising 2.0 Social Media Marketing in A Web 2.0 World*. USA: Greendwood Publishing Group, nc.