

## DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Budiyo, Budiyo dan Aidil Amin Effendy, Effendy (2020) Meningkatkan Daya Jual Produk Melalui Pemasaran Online Di Masa Pandemi Pada Wirausaha Pelajar Indonesia Kota Bogor. Dharma Laksana.

Christiana et al, Christiana (2014) *Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Pembinaan Usaha Dan Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Batik Di Sentra Pesindon Kota Pekalongan)*3(4). Diponegoro Journal Of Social And Politic.

Deru R Indika, Indika dan Cindy Jovita, Jovita (2017) Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. Jurnal *Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran, Bandung

Dwi Putranto, Dwi (2017) Pengaruh Brand Image dan Product Quality terhadap Brand Love dan Brand Loyalty pada Pengguna Mobil Honda Jazz di Kota Pekanbaru. Jurnal *Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau,*

Femi Oktaviani, Oktaviani dan Diki Rustandi, Rustandi (2018). *Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness* 3(1).

Ferdinand Augusty, Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5<sup>th</sup> ed.). Semarang: Seri Pustaka

Imam Ghozali, Ghozali (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* ( 9<sup>th</sup> Ed). Semarang : Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.

Meta Ratana, Ratana (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek*, Jurnal Studi Komunikasi dan Media.

Phillip Kotler, Kotler dan Gary Amstrong, Amstrong. (2016), *Principles of Marketing* (16<sup>th</sup> Ed), *England* : Boston

Phouc Pham, Pham dan Bashar Gammoh, Gammoh (2015). *Characteristics of social-media marketing strategy and customer-based brand equity outcomes: A conceptual model* 9(4) : 321-337 *International Journal of Internet Marketing and Advertising*

Rahayu, Rita dan John Day, Day (2015) *Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country. Evidence from Indonesia. Procedia - Social and Behavioral Sciences* 195

Rina Anggraina, Rinda, Nurul Qomariah, Nurul dan Budi Santoso, Budi (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online "Om-Jek" Jember*. 7(2) : 137-156 *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*.

Rulli Nasrullah, Nasrullah. (2016), *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosiologi*, (2<sup>nd</sup> Ed), Bandung : Simbiosis Rekatama Media,

Santoso, Amanda Putri. (2017). *Pengaruh konten post Instagram terhadap online Engagement. Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita*. FTI ITS Surabaya

Sugiyama, Kataro, dan Andree. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency* (1<sup>st</sup> Ed) New York,  
: McGraw-Hill.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (10<sup>th</sup> Ed). Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1<sup>st</sup> Ed). Bandung: Alfabeta.