

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Aceng, Abdullah. (2004). *Press Relations: Kiat Berhubungan dengan Media Massa Cetakan Kedua*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Akturan, U., et al. (2012). *Mobile banking adoption of the youth market: Perceptions and intentions*. *Journal of Marketing Intelligence & Planning* 30(4):444-459
- Arief, N. N. (2019). *Public Relations in The Era of Artificial Intelligence*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). *Hasil Survei Profil Internet Indonesia 2022*.
- Babin, B. J., Harris, E. G. (2016). *Consumer behavior*. Boston: Cengage Learnings
- Bungin, B. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chaney, D. (2017). *Marketing to the (new) generations: summary and perspectives*. *Journal of Strategic Marketing* Vol. 25:179-189
- CM Group. (2022). *Marketing to Gen Z: A Fresh Approach to Reach a New Generation of Consumers*.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design. Choosing Among Five Approaches (4th Edition ed.)*. California: Sage Publishing.
- Dou, W. et al. 2010. *Brand Positioning Strategy Using Search Engine Marketing*. *Journal of Management Information Systems Quarterly*, 34(2), 261-279.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Framing: Komunikasi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS
- Hairunnisa. (2015). *Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Herdiansyah, H. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu. Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, D. (2014). *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jasrotia S. S. et al. (2022). *Role of engagement in online gaming: a study of generation Z customers*. *Digital Creativity*, 33(1), 64-76.

- Jones, K. B. (2013). *Search Engine Optimization: Your Visual Blueprint for Effective Internet Marketing*. New York: Wiley.
- Kerin, R., & Peterson, R. A. (2015). *Pemasaran Strategis, Kasus dan. Komentar, Edisi Kesebelas jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing. Edisi 13*. USA: Pearson.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Maryam, S., & Priliantini, A. (2018). *Pengaruh Kampanye “Let’S Disconnect To Connect” Terhadap Sikap Anti Phubbing (Survei Pada Followers Official Account Line Starbucks Indonesia)*. *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(3), 155–164.
- Maslan, A. 2014. *Pengukuran Kualitas Layanan Website Pemerintah Kota Batam menggunakan Metode Webqual 4.0*. Universitas Putera Batam.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan, A. M. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, R. (2014). *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Onggo, B. J. (2004). *Cyber Public Relations*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Reid, M. & Gray, C. (2007). *Online Social Network, Virtual Communities, Enterprise and Network Professionals*. *Searcher*, 15(9), 23-33.
- sSebok, V. M. et al. 2018. *Discovering Computers*. Boston: Cengage Learning.
- Sibero, A. F. 2014. *Kitab Suci Web Programming*. Yogyakarta: MediaKom.
- Sirchuk, J. (2012). *Building Brand Loyalty Through Youth Consumers and the use of Grass Roots Consumer Marketing*. *Digital Commons Journal*, USA.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Swastha, B. D. & Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- TOP Brand Award. (2022). *Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap*. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (diakses pada 27 Oktober 2022).
- We Are Social. (2022). *Indonesian Digital Report 2022*.
- Widjaya, P. G. (2017). *Analisis Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing Mix pada PT Murni Jaysa*. *Jurnal AGORA* Vol. 5, No. 1.