

DAFTAR PUSTAKA

- Alampay, L. P., Godwin, J., Lansford, J. E., Bombi, A. S., Bornstein, M. H., Chang, L., & Oburu, P. (2013). *Severity and justness do not moderate the relation between corporal punishment and negative child outcomes: A multicultural and longitudinal study*. International Journal of Behavioral Development,
- Chitty W. et.al., (2008). *Integrated Marketing Communications*. Australia: Cengage Learning.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasbun, Budiarto., dan Ruswanti, Endang. (2016). *Komperasi Antara Kelompok Yang Melihat Iklan dan Tidak Melihat Iklan Dengan Moderasi Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line)*. Journal Of Business Studies. Vol. 2 No. 1. Hal 1-13.
- Hidayat, Syarifudin, & Sedarmayanti. (2002). *Metodologi Penelitian*. Bandung : Mandar Maju
- Idrus, Muhammad (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga.
- Indrawati, Devi. (2015). *Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya”*. Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen. Vol.15 No.2. Universitas Negeri: Surabaya.
- Kesumawati Nila, & Ichwan Aridanu. (2017). *Statistik Parametrik Penelitian Pendidikan*. Palembang: Noer Fikri.
- Kotler, Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England*. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks. Jakarta.

- Kurniawan, Agung Widhi, & Zarah Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- McGurk. (2014). *What is Social Media Engagement and Why it Matters for your Business*.
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Natakusumah, F.A. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Ina Cookies Bandung)*. Skripsi pada Universitas Telkom.
- Puntoadi, Danis. (2011) *Meningkatkan penjualan melalui media sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmawati, Dewi. (2016). *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online*.
- Raney, A. A., Arpan, L. M., Pashupati, K., & Brill, D. A. (2003). *At the movies, on the Web: An investigation of the effects of entertaining and interactive Web content on site and brand evaluations*. Journal of Interactive Marketing, 17(4).
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Regina Luttrell. (2015). *Sosial Media : How to engage, share and connect*. London: Rowman& Littlefield.
- Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2014). *Metode & Teknik Penyusunan Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sa'diya, L. (2018). *Strategi Promosi di Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merek di Era Generasi Z*. Universitas Trunojoyo Madura.
- Safko, L., & Brake, D. K. (2009). *The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

- Santoso, Slamet. (2013). *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo : Umpo Press
- Sarwono, Jonathan. (2013). *12 Jurus Ampuh SPSS untuk Riset Skripsi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat*, Jakarta Selatan 12610.
- Silalahi, Ulber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Siregar, Sofian. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2013), *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.

- Sunjoyo, et al. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Alfabeta. Bandung.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Tenia. (2017). *Fungsi Media Sosial*.
- Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Puspitarini, Dinda Sekar, & Reni Nuraeni. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, Vol. 3, No. 1, Juni 2019, p. 71-80.
- Wahyu Widyaningrum, Premi, (2016), "*Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah di Ponorogo)*", *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 6, No. 2, Desember 2016, Ponorogo: Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Waluyo, Nurani, D., Sopiah, I., Tjahjaningtias, N. E., Irawan, A., Angelina, S., & Priyanto, J. (2021). *Pedoman Pembelajaran Tatap Muka Terbatas Sekolah Dasar. In Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Paud, Diknas Dan Dikmen Direktorat Sekolah Dasar 2021 (Pp. 1–59)*.