

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

- Bahfiarti, T. (Ed.). (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Nasrudin, J. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Buku ajar praktis cara membuat penelitian*. Pantera Publishing.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2019). *Principle Of Marketing*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Keller. (2019). *Marketing Management*, 15th Ed. Pearson Education, Inc
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3)*. Prenada Media.
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R.D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono,(2019). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.

### **Penelitian Terdahulu :**

- Annisa NurulHuda (2021), *Manajemen Pemasarsn Universitas Telkom*
- Alif Ryan Zulfikar (2020), *Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta. Pengaruh social media marketing terhadap brand trust pada followers instagram dompet dhuafa cabang yogyakarta*
- Andrian Pratama, Raditya (2021) *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Strategi Sosial Media Marketing by.U dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram*
- Bimantoko, Abie (2019) *Fakultas Ekonomi dan Ilmu sosial, Universitas Bakrie Strategi social media marketing kopi kenangan melalui instagram @kopikenangan.id dalam membangun brand awareness*
- Nurfitriani. (2019). *Pengaruh Social media Marketing melalui Official Account LINE Alfamart terhadap Minat Beli Konsumen*. Karman, Melissa.

(2015). The Impact of *Social media Marketing* on Brand Equity toward the Purchase Intention of Starbucks Indonesia.

Strategi *Social media Marketing* Melalui Instagram pada PT. Telkom Indonesia Sto Ujungberung Tahun 2021 (studi Deskriptif Pada Akun @indihomeujungberungarea)

Yopy Triski Murdana (2019) Manajemen Pemasaran, Universitas Telkom. Pengaruh Sosial Media *Marketing* Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness Pada PT. Dealpro Indonesia Bandung 2019

Yuliana, Selly Tria. (2019). Pengaruh *Social media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian di Screamous Bandung.

Zanjabila, Ridwan. (2020). Analisis Pengaruh *Social media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Bandung Techno Park 2017). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom.

**Website :**

<http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id> (Diakses pada 10 April 2023)

<https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (Diakses pada 10 April 2023)