



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Blossom, John. 2009. *Surviving and Thriving as Social Media Changes Our Work, Our Lives, and Our Future*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Drury, Gen. 2008. *Social Media: "Should Marketers Engage and How Can It be. Journal of Direct. Data and Digital Marketing Practice (9)*.
- Evans, D. 2013. *Social Media Marketing: An Hour a Day*. Canada: Wiley Publishing.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25, Edisi 9*. Universitas Diponegoro.
- Gunelius, Susan. 2011. *30 Minute Social Media Marketing*. USA: McGraw-Hill.
- Herdiansyah, haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Keller, Kebin. 2013. *Brand Management: Pearson Edition*. Upper Sadel River, New Jersey.
- Knapp, Duane E. 2000. *The Brand Mindset*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2005. *Manajemen Pemasaran: Jilid 1. Indeks Pustaka*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2010. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Indeks Pustaka*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Landsverk, Kjell Halvor. 2014. *The Instagram Book: Edition 2014 Terjemahan Suparyono*. Jakarta: Erlangga
- Malhotra, Naresh K. 2015. *Essentials of Marketing Research: A Hands-On Orientation*. New Jersey. Pearson Education Ltd
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Marketing Research An Applied Approach*. Pearson Education Ltd
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Peter, Paul dan Donnelly, James H. 2007. *Marketing Management 8 th ed*. USA: McGraw-Hill.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power Of Brands*. Jakarta: Gramedia
- Sadat, Andi M, 2009, *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Safko, Lon. 2012. *The Media Social Bible 3rd Edition*. Canada: John Wiley & Sons.
- Setiawan, bambang. 2017. *Metode penelitian komunikasi edisi 2*. Tangerang: Universitas Terbuka.
- Shimp, Terence A. 2014, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, Terence A. 2013, *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. South Western Cengage Learning.
- Solis, Biran. 2010. *Engage : The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure, Success, In The New Web*. New Jersey: Wiley
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal:

Angkie, N.A., Tanoto, S.R., 2019. “pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity, Pada Brand Zara, H&M, Pull&Bear, Dan Stradivarius Di Surabaya”. Diakses 5 April 2019. <https://bit.ly/2YEI8h9>

Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello., Donvito, R., Singhet, R. 2016. “Social Media Marketing Efforts Of Luxury Brands: Influence On Brand Equity and Consumer Behaviour”. *Journal of Business Research*, JBR 09187(9). Diakses 3 Juni 2019. <https://bit.ly/2JtGDNX>

Indah, Has. 2015. “Studi Pengukuran Kesadaran Merek Pada Produk Teh Botol Sosro di Bandar Lampung”. Diakses 2 Mei 2019. <https://bit.ly/2IBTqx2>

Muntinga, D.G., Moorman, M., & Smit, E.G. 2011. “Introducing COBRAs: Exploring Motivations for Brand-Related Social Media Use”. *International Journal Of Advertising*. Diakses pada 3 Juni 2019. <https://bit.ly/2FU0ZO7>

Nam, J., Ekinci, Y., Whyatt, G., 2011, “Brand Equity, Brand Loyalty, and Consumer Satisfaction”. *Joural Kyungnam University, South Korea & Oxford Brookers Unversity, UK*. Diakses 9 Juni 2019. <https://bit.ly/2JrZRTR>

Siswanto, Tito. 2018. “Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran UKM”. Diakses 16 April 2019. <https://bit.ly/2IAdWOG>

Artikel Berita:

Anggraeni Kartika. 2019. “Kementrian Sebut 5 Industri Ini Bakal Tumbuh Tinggi di 2019”. Diakses 12 Maret 2019. <https://bit.ly/2X2RFSE>

Kumparan. 2019. “4 Bisnis Minuman Dingin Yang Lagi Tren Di Indonesia tahun 2019”. Diakses 12 Maret 2019. <https://bit.ly/2Nhsnfc>

IDN Times. 2018. “Millennials Dominasi Penggunaan Internet, Kebanyakan untuk *Chatting* dan Media Sosial” Diakses 12 Maret 2019. <https://bit.ly/2I4hngW>