

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Rumman, & H, As'ad. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Provider in Jordan. *Journal of Society Interdisciplinary Business Research* Vol. 3 No. 1, 347.
- Dharma, S., Jadmiko, P., & Azliyanti, E. (2020). *Aplikasi SPSS dalam Analisis Multivariates*. Padang: LPPM Universitas Bung Hatta.
- Durianto, D. (2011). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku
- Efendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Fahmi, I. (2013). *Pengantar Pasar Modal*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Nazir, M. (n.d.). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar. *Jurnal Komunikasi Kareba*, 259-272.
- Febriani, M. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk Makassar Dalam Mempertahankan Brand Image. doi:<https://doi.org/10.31947/kareba.v7i1.5248>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Filbert, R., & Prasetya, W. (2017). *Investasi Saham ala Fundamentalis Dunia*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. *Jurnal Paradigma BSI*, 148-152.
- Freberg, K. (2019). *Social Media for Strategic Communication*. California: Sage Publication.
- Hambali, H., Astrid, G., & Utari, Y. (n.d.). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penginap Di Hotel Best Skip Palembang. Retrieved May 24, 2021, from <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jssp/article/view/4046>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand*.

- Kinanti, S. P., & Putri, B. P. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*, 63.
- Konsumen (Analisis Regresi Sederhana pada Pengunjung Studio Kopi di Konsumen Indonesia Lebih Suka Merek Kosmetik Global. (2016, November 17). Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/17/konsumen-indonesialebih-suka-merek-kosmetik-global](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/17/konsumen-indonesialebih-suka-merek-kosmetik-global)
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2017). *Principle of Marketing* (17 ed.). New York: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 ed). Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Lin, Z. (2018). *Social Media Brand Community and Consumer Behavior :Quantifying the Relative Impact of User-andMarketer-Generated Content*. *Information Systems Research*.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A, (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. (2 ed), Salemba Empat, Jakarta.
- M.A, M. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Makhin, A. (2016). *Pengaruh Akun Instagram Javafoodie Terhadap Minat Beli*
- Mankiw, N. G. (2007). *Makroekonomi edisi keenam*. New York: Worth Publishers.
- Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi Komunikasi Persuasi*. FIP Press.
- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media?* London: iCrossing.
- McQuail, D. (2010). *McQuail Mass Communication Theory, Sixth Edition*. London: SAGE Publications Ltd.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda.

- Musi, S. (2015). *Komunikasi dan Public Relations (Strategi Menjadi Humas Profesional)*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ph.D., F. T. (2015). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Rusdi, F. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Program Interaktif Di Media Radio*, 1(3). Retrieved May 24, 2021, from <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/23>
- Sugiyono.(2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. D. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Widiawati, K. (n.d.). *Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Bintang Empat Meraih Pelanggan*. Retrieved May 24, 2021, from <http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAKBI/article/view/1145>
- Yin, R. (2018). *Case Study Research: Design and Methods (Studi Kasus: Desain & Metode)*. SAGE.
- Yogyakarta). *Ilmu Komunikasi*, 114.Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research An Applied Approach 5th Edition*. Harlow, England, United Kingdom: Pearson Education Limited.

