

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Anthony, Mayfield 2008. *What is Social Media?* London : iCrossing
- Arief, Giri Maulana dan Heppy Millianyani. 2015. *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Bajari, A. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Prosedur, Tren & dan Etika*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Barreda, A. A., Bilgihan, A., Nusair, K., & Okumus, F. (2015). Generating brand awareness in online social networks. *Computers in Human Behavior*, 50, 600–609
- Basu, S., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Brogan, Chris. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons.
- Dharma, Surya 2005. *Manajemen Kinerja; falsafah Teori dan Penerapannya*, Cetakan I, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- D. Durianto, dan Liana. C, (2004). Analisis efektivitas iklan televisi softener soft & fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan konsumen decision model, *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol.11 (no.1): 35-55.
- Durianto, D., (2004). *Brand Equity : Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Hair, Joseph E, Jr et al. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc. California, USA.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan*. Jakarta: PT Indeks.
- Kountur, R. (2007). *Metode Penelitian untuk penulisan Skripsi dan Tesis, edisi revisi*. Jakarta: penerbit PPM.
- Lesmana, A. (2012). *Analisis Pengaruh Media Sosial Tweeter terhadap Pembentukan Brand Attachment*. Universitas Indonesia: Jakarta.

- Madahi A. & Inda Sukati (2012). The Effect of External Factors on Purchase Intention amongst Young Generation in Malaysia. *International Business Research*; Vol. 5, No. 8; p. 153-158.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017) , *Metode Penelitian untuk Bisnis; Pendekatan Pengembangan Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610
- Shimp, T.A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5)*. Jakarta :Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tanjaya, E. (2017) Efektifitas Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merek Dr. Chursos, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Uma Sekaran, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.

Jurnal atau Internet:

- Accurate Online. Pengertian Komunikasi Pemasaran, Tujuan, Fungsi, dan Strateginya. Diakses pada Agustus 2, 2021, dari <https://accurate.id/marketing-manajemen/komunikasi-pemasaran/>
- D. Durianto, dan Liana. C, (2004). Analisa Efektivitas Iklan Televisi Softlener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya Dengan Menggunakan Consumer Decision Model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan* Vol 11 (no.1): 35-55
- Hermawan Hartono. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness Co. White. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Volume 4 No 6)
- Ichsan Widi Utomo (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping. *Jurnal Komunikasi*. Volume VIII Nomor 1.
- Indika, R. D., & Jovita, C. (2017). *Media Sosial Intagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Bisnis Terapan*. Vol 01 (No. 01). ISSN: 2580-4928.
- Lissa Suciati Maulani & Brilyanes Sanawiri. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Purchase Decision. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 72 No. 2.

Kemendag Republik Indonesia. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. Jakarta.

Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2015). A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intension Case Study: the Agencies of Bono Brand Tile in Tehran. D. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*. Diakses pada Agustus 1, 2021, dari <http://www.jmest.org/wp-content/uploads/JMESTN42350395.pdf>

Wasil, M. (2017). Pengaruh brand awareness brand association dan perceived quality. *Jurnal Forum Ekonomi*. Diakses pada Agustus 2, 2021 dari <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/view/2120/229>