

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku dan E-book**

- Aaker, David A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- A, Shimp. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (Edisi ke-5.). Jakarta: Erlangga.
- Egan, J. (2007). *Marketing Communications*. London: Thomson Learning.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. Iqbal. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. (Edisi ke-12.). Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi ke-13.). Jakarta: Erlangga.
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London: KoganPage.
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: Wiley
- Subana, M., & Sudrajat. (2005). *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surakhmad, W. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

## **Jurnal**

- Arief, G. M., & Millianyani, H. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. *E-Proceeding of Management*. 2 (3), 2581 – 2587.
- Fajriani, A. & Sastika, W. (2016). Pengaruh Social media marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Steak Ranjang Bandung (Studi Kasus Pada Pengguna Instagram Di Bandung Tahun 2016). *Prosiding SNaPP2016: Sosial, Ekonomi, dan Humaniora*. 6 (1). 124 – 133.
- Pratiwi, I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Maudy Ayunda Terhadap Minat Beli Produk Teh Javana (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *E-Proceeding of Management*. 2 (3). 3576 - 3585.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 1(5). 594 – 603.
- Setiawati, M. (2015). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.). *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi*. 2(2). 1 – 13.

## **Website**

- Dr. Nugroho Pratomo. (2017). *Mendorong Daya Saing Produk Alas Kaki Indonesia*. <https://www.validnews.id/MENDORONG-DAYA-SAING-PRODUK-ALAS-KAKI-INDONESIA-V0000795>. Diakses pada 05 Maret 2019 (15.40 WIB).
- Sahid Raharjo. (2014). *Cara Melakukan Uji Reliabilitas Alpha Cronbach's dengan SPSS*. <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html>. Diakses pada 04 Mei 2019 (17.35 WIB).
- Selfie Miftahul Jannah. (2019). *Indonesia Produksi 4,6 Persen dari Total Sepatu Dunia*. <https://tirto.id/indonesia-produksi-46-persen-dari-total-sepatu-dunia-dlwU>. Diakses pada 9 Maret 2019 (23.40 WIB).

PT. Pemuda Membangun Dunia. (2019). *Pemoeda*.  
<https://www.pemoeda.co.id/explore/sepatu>. Diakses pada 19 Maret 2019 (20.34 WIB).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Indonesia. (2018). *Penetrasi dan Profil Pelaku Internet di Indonesia 2018*. <https://www.apji.or.id/survei>. Diakses pada 05 Juli 2019 (21.37 WIB).

