

DAFTAR PUSTAKA

- iprice insights*. (2019, November 15). Diambil kembali dari <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity Capitalizing on the Value of Brand Name*. New York : Free Press.
- Adiyatma, A. (2017). PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP. *e-Proceeding of Management : Vol.4, No.1*, 179.
- Akker, D. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Ambarwati, M., Mukhammad , S., & Mawardi, K. (2015). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 25, 3-4.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Bahri, S., & Zamzam, F. (2014). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Brian, S. (2010). Engage! The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web. *International Journal of Advertising*, <https://doi.org/10.2501/S0265048710201300>.
- Budiman, L. J., Durianto, D., & Sugiarto. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (2nd ed.)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cuponation. (2019). Pengguna Facebook dan Instagram di Indonesia terbesar keempat di Dunia. *Sosial Media & Messenger*.

- Drury, G. (2008). pinion piece: Social media: Should marketers engage and how can it be done effectively? *Journal of direct, Data and Digital Marketing Practice*.
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Oline Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Bandung: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Granito, H. (2008). Bisnis Distro: Panduan Mendirikan dan Mengelola Distro Clothing Company. *Jakarta: Media Pressindo*.
- Grant, A. E., & Meadows, J. H. (2008). *Communication Technology Update And Fundamentals (11th ed.)*. Boston: Focal Press.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. New York: In McGrawHill.
- Katadata.co.id. (2019). Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia?
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran (11th ed.)*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). New York: Prentice Hall Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. (Edisi 12 Jilid 1)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management, 13th Edition*. New Jersey: Preason Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition 15th Edition. (Vol. 15E)*.
- Lestari, S. P. (2015). 139HUBUNGAN KOMUNIKASI PEMASARAN DAN PROMOSI DENGAN KEPUTUSAN MEMILIH JASA LAYANAN KESEHATAN(STUDI PADA RUMAH SAKIT ISLAM LUMAJANG). *JURNAL INTERAKSI, Vol 4 No 2, 139-147*.

- Malhotra, N. K. (2004). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. (S. R. Maryam, Penerj.) Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- NapoleonCat.com. (2019). *Instagram users in Indonesia*. Poland: NapoleonCat.
- Nasrullah, R. (2012). *Media Jejaring Sosial (Social networking)*.
- Neuman, W. L. (2003). *Social research methods: qualitative and quantitative approaches* (5th ed.). Boston: Pearson Education, Inc.
- Palmer, A., & Koenig, L. N. (2009). An experiential, social network-based approach to direct marketing. *Direct Marketing: An International Journal.*, <https://doi.org/10.1108/17505930910985116>.
- Parveen, F., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2016). *Social media's impact on organizational performance and entrepreneurial orientation in organizations*. <https://doi.org/10.1108/MD-08-2015-0336>.
- Philip, K., & Keller, K. L. (t.thn.).
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sano, R. M., & Gilligan, C. (2005). *Strategic Marketing Management planning, implementation & control*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Schiffman, K. (2010). *Consumer Behavior*. United Stated America: Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for business (7th ed.)*. Chichester: John wiley & Son.
- Siegel, S. (2011). *Statistik Nonparametrik untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Simamora, B. (2006). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Solis, B. (2010). *Engage : The Complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, & Wijarnako. (2014). *Power Branding*. Bandung : PT. Mizan Pustaka.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics (5th ed.)*. California: Pearson Education.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (kedua)*. Yogyakarta: Andi.
- Wiley, J. (2006). *RESEARCH METHODS FOR BUSINESS (4th ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yudhianto. (2017, September 27). *DetikInet*. Dipetik November 9, 2019, dari DetikInet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-penggila-medsos>