

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Amstrong, P. K. (2012). *Principles of Marketing 14th Edition*. America: Pearson Education.
- Amstrong, P. K. (2016). *Principles of Marketing 16th Edition*. Amerika: Pearson Education.
- Ansari, S. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Journal of Public Value and Administration Insight*.
- Ansori, M. (2009). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Azuar Juliandi, I. S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU PRESS.
- Bakry, U. S. (2012). *Pedoman Penulisan Skripsi Hubungan Internasional* . Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101 : Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Dianawati, A. (2007). *6 Rahasia Sukses Menjadi jutawan Internet*. Jakarta: Mediakita.
- Dimiyati, J. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan & Aplikasinya*. Jakarta: Permada Media Group.
- Duli, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Evans, D. (2012). *Social Media Marketing an Hour a Day, Second Edition*. Indiana: John Wiley Sons, Inc.
- Faried, A. I. (2019). *Inovasi Trend Kekinian Industri Halal Fashion Semakin Menjamur di Indonesia*. Jawa Timur: CV.Penerbit Qiara Media.
- Fathudin, D. (2015). *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. Sidoarjo: Zifatama.

- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Gamble, S. (2016). *Visual Content Marketing Laveragine Infographic, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers*. Canada: Jhon Willey & Sons.
- Ghazali, M. (2016). *Buat Duit dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House.
- Hartati, I. N. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Indrasari, M. (2016). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Iswati, M. A. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University.
- Joseph, T. (2011). *Apps Spirit of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Karr, D. (2014). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journey*. Meltwater Outside Insight.
- Karr, D. (t.thn.). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journey*. Meltwater Outside Insight.
- Kee, Y. &. (2015). The Review of Content Marketing as a New Trend in Marketing Practise. *International Journal of Management, Accounting and Economics*.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kurniasari, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Lubis, E. R. (2018). *Panduan Cepat dan Mudah Belajar Internet Marketing*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Lubis, M. S. (2018). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Mileva, L. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Muljono, D. d. (2015). *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Nurdin, I. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

Pramesti, G. (2014). *Kupas Tuntas Data Penelitian Dengan SPSS 22*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Priansa, J. R. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. Bandung: Pustaka Setia.

Purnama, H. (2011). *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.

Salmiah. (2020). *Online Marketing*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.

solom, N. (2015). *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen) edisi revisi*. Jakarta: Pernadamedia.

Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT.Refika Aditama.

Simamora, B. (2010). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.

Situmorang, S. H. (2010). *Analisis Data : Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.

Sudarsono. (2020). Big Data and Content Marketing on Purchase Decision Online in Indonesia. *American Journal of Economics and Business Management*.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.

Suyono. (2012). *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.

- Temalagi, H. L. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 2.0*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Untari, D. T. (2018). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis)*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- W.Gulo. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Zanjabila, R. (2017). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bandung Techno Park (Studi Pada Pelanggan Bandung Techno Park 2017). *Jurnal Manajemen Pemasaran*.

Sumber Jurnal

- Ansari, S. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Journal of Public Value and Administration Insight*.
- Kurniasari, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Mileva, L. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Sudarsono. (2020). Big Data and Content Marketing on Purchase Decision Online in Indonesia. *American Journal of Economics and Business Management*.
- Zanjabila, R. (2017). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bandung Techno Park (Studi Pada Pelanggan Bandung Techno Park 2017). *Jurnal Manajemen Pemasaran*.

Sumber Lainnya

<https://elitemarketer.id/content/branding-di-media-sosial-dengan-konten-visual-yang-kuat/>