

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, (1991), *Managing Brand Equity; Capitalizing on the Value of Brand Name*, Free Press, New York.
- Anhar, R. A., & Haryati, I. (2020). *Analisis Persepsi Konsumen Pada Pemasaran Di Media Online*.
- Bronatamala, S. Y., Nugroho, B. A., & Fanani, Z. (2013). *Persepsi Konsumen Terhadap Brand Image KFC (Studi Kasus: KFC Kawi, Malang)*.
- Chang et al. 2013. *Model Perilaku Belanja Online Mahasiswa Melalui Jejaring Social Facebook*. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*. Vol 1, No 2, ISSN: 2337-9723.
- Creswell, John W. 2016. *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*
Edisi Keempat. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Dewi, N. (2017). *STUDI PEMBELAJARAN PENDIDIKAN KEWARGANEGARAN DALAM MENGEMBANGKAN NILAI-NILAI NASIONALISME SISWA HOMESCHOOLING: studi kasus dilaksanakan di sma homeschooling primagama palembang (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia)*.
- Febryono, D., & Cempena, I. B. (2016). *Pengaruh Selebriti Pendukung Iklan Melalui Daya Tarik Dan Kredibilitas Terhadap Citra Merek Nutrisari Oleh Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya*. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Indriany, N. P. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram @bro.do Dalam Upaya Membangun Brand Image*.
- Keller, K. L., Parameswaran, A. M., & Jacob, I. (2015). *Building, Measuring, and Managing Brand Equity*.
- Ko, K., Ko, V., & Wijaya, S. (2016). *Analisa Persepsi Konsumen Terhadap Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Di Warung Bebek Kebbut Surabaya*.
- Komparasi Brand Index*. (2023). From Top Brand Award: https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=13
- Kotler, Philip. Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta Erlangga.
- Kurniawan, F. (2023). *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Brand Image Produk Pakaian Erigo Store*.
- Kusumawati, N. F., & Hidayat, E. A. (2018). *Pengaruh Harga, Citra Perusahaan Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Nutrisari (Studi Kasus PT. Trias Sentosa, Tbk, Waru, Sidoarjo)*.
- Landa, Robin. (2006). *Designing Brand Experiences*. Thomson Delmar Learning.

- Lestari. 2013. Model Perilaku Belanja Online Mahasiswa Melalui Jejaring Social Facebook.
- Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi.Vol 1, No 2, ISSN: 2337-9723.
- Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). Analisis Data Kualitatif. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia
- Nasution, M. D., Rossanty, Y., & Ario, F. (2018). *Basic Marketing & Consumer Behavior*. One Circle.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, . . . Beribe, M. F. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Pusparisa, Y. (2020, 12 9). *Lima Alasan Pemasaran Merek Dagang Memanfaatkan Media Sosial*. From Databoks:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/09/lima-alasan-pemasaran-merek-dagang-memanfaatkan-media-sosial>
- Romli, N. A., Sitorus, S. A., Tingga, C. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P., Wardhana, C. A., . . . Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Rosyadi, A. (2018). Pengaruh Iklan Televisi Dan Persepsi Konsumen Terhadap Citra Merek Teh Botol Sosro.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen (7th ed.)*. Jakarta: PT Indeks.
- Sitepu, N. T. (2015). Pengaruh Brand Extension Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Nutrisari W'dank Di Kecamatan Tampan Pekanbaru.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being*.
- Subakti, A. G., Tenironama, D., & Yuniarso, A. (2018). Analisis Persepsi Konsumen (Studi Kasus Molecular Mixology di Loewy, Jakarta). *Tourism and Hospitality Essentials Journal*.
- Sugiyono (2012). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta
- Sulistiyarianto, D. S. (2015). Analisis Pemetaan Top Brand Minuman Serbuk Saribuah (Studi Kasus Konsumen Produk Minuman Serbuk Saribuah Merek Nutrisari, Marimas, dan Jasjus di Kota Semarang).
- Survei APJII Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. (2023, march 10). From Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia:
<https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Sutopo, H. B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Utari, Prahastiwi. (2011). *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori*

- Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi. Yogyakarta: Aspikom.
- Wijaya, B. S. (2014). Makna Gaya Hidup Tengah Malam Anak Muda Urban di Branded Convenience Store dan Café 24 Jam. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2). <https://doi.org/10.31315/jik.v12i2.373>
- Wijaya, B. S. (2015). Midnight Culture: Ketika Kaum Muda Urban Memperlakukan Malam Sebagai Siang. Dalam Budiawan (ed.), *Media [Baru], Tubuh dan Ruang Publik: Esei-esei Kajian Budaya dan Media* (pp.165-200). Yogyakarta: Jalasutra
- Wijaya, B. S. (2021). Consuming Midnights: Indonesian Youths' Stay-up-Late Lifestyle in Branded Places. *The International Journal of Interdisciplinary Cultural Studies* 17(1), 17-30. doi:10.18848/2327-008X/CGP/v17i01/17-30.
- Wijaya, B. S. (2024). "Thank You for Inspiring Me, Connecting Us, and Making Them Follow Us": Social Dimension of Brand Relationships and Sociocultural-Based Product Values Development. *The International Journal of Interdisciplinary Cultural Studies* 19(1), 125-150. doi:10.18848/2327-008X/CGP/v19i01/125-150.
- Yin. Robert K. (1981). *Case Study Research: Design and Method*. London: Sage Publication