

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2006). Managing Brand Equity. *In Journal of Marketing Research*. Vol.20. <https://doi.org/10.2307/3172832>
- Aditya, R. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekan Baru. *Jom FISIP*. Vol,2 (2). <https://media.neliti.com/media/publications/32348>
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet.
- Arief, G. M., & Millianyani, H. (2015). Pengaruh social media marketing melalui instagram terhadap minat beli konsumen sugar tribe. *E-Proceeding of Management* . Vol. 2(3), 2581–2587.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: rajawalipers.kompasgramedia.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen pemasaran dasar, konsep & strategi*. Jakarta: pt Rajagrafindo persada.
- Basuki, A. T. & N. Prawoto. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Febriyan, F., & Supriono. (2018). Pengaruh pemasaran media sosial terhadap brand awareness pada produk internasional (Survei Pada Komunitas Xiaomi Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 61(1), 74–79.
- Firmansya, M. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama .
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glanz, K. V., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (2015). Health Behaviour: Theoryn research and practice. *In Osterreichische Zeitschrift fur Politikwissenschaft* .Vol.38. San Fransisco: Jossey-Bass.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS
- Hasibuan, M. S. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Hanggono, Aditya, Arie, at al. (2015). Analisis atas Praktek TAM (Technology Acceptance Model) dalam Mendukung Bisnis Online dengan Manfaat Jejaring Sosial Intagram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 26(1).

- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Irzal, Maulana, Roby. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indome Kota Tangsel. *Jurnal Kompetitif*, Vol. 1(3)
- Iwan. & Nainggolan, Kaman. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Awareness dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Mie Sukses (Studi Empiris Pada Penduduk Kecamatan Pinang-Kota Tangerang). *Cakrawala*, Vol. 17(2)
- Jamali, M, & Khan, R. (2018). the Impact of Consumer Interaction on Social Media on Brand Awareness and Purchase Intention! Case Study of Samsung. *Journal of Marketing and Logistics*, (August 2018), 114–129. Retrieved from <http://jml.kasbit.edu.pk/Current Issue/Page 114 -129>
- Japarinto, E. (2013). Analisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pelanggan restoran porkeee surabaya. FE Universitas kristen petra surabaya. *Jurnal manajemen pemasaran* Vo. 1(2), 1-8
- Karyoto. (2016). *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Khair, Tekrisna. & Ma'ruf. (2020). Pengaruh Strategi Komunikasi Media Sosial Instagram Terhadap Brand Equity, Brand Attitude, dan Purchase Intention. *Juenal Manajemen Komunikasi*, Vol. 4(2), 1-18.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Fifteenth Edition*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & G. Armstrong. (2016). *Principle of Marketing Edisi 15*. Ebook: Pearson.
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh social media marketing, brand awareness terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada j.co donuts & coffee semarang. *Diponegoro journal of social and politic Tahun*, (4). <https://doi.org/10.1590/s1809-98232013000400007>
- Kusuma, Bhima, Herdian. & Suharnomo.(2015). Analisis Pengaruh Promosi, Word Of Mouth, Dan Brand Awareness Terhadap Pembentukan Minat Beli Pada Coffee Groove Semarang. *Diponegoro Journal of Management* Vol. 4(1), 1 – 10
- Lim, Xin, Jean. Rozaini, Aifa, C, J. & Wong Mun Wai. (2017). The Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention and the Mediation Effect of Customer Attitude. *Asian Jurnal Of Business Research*, Vol. 7(2), 1778-8933.
- Maulana, Roby, I. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie Kota Tangsel. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 1(3).

- Malik, Ghafoor, Iqbal, Riaz, Hassan, Mustafa, dan Shahbaz. 2013. Importance of Brand Awareness and Brand Loyalty in assessing Purchase Intentions of Consumer. *International Journal of Business and Social Science*. Vol 4(5). http://ijbssnet.com/journals/Vol_4_No_5_May_2013/18
- Malau, H. (2017). *Manajemen pemasaran jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Mawey, E. M. (2013). “Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Rajawali Nusindo Cabang Manado”. *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No. 4, hlm 791-801.
- Mini. (2016). Pengaruh Promosi Dan Brand Trus Terhadap Minat Beli Motor Yamaha (Studi Pada PT. Serba Mulia Auto) Di Samarinda. Vol.4(3), 897 – 910
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis
- Nitisusastro, Mulyadi. (2013). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Saleh, Gunawan. & Ribka Pitriani (2018) Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya “Alone Together”. <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2673/1708>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Solomon, Michael, R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. 12th edition*. England: Pearson.
- Suak, Santi, J. Moniharapon, S, L. Dotulong, Lucky, O, H. (2018). Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Minat Membeli di D'cendol 77 UKM UNSRAT. Vol. 6(4), 4003-4012.
- Sudaryono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiarmi, Wike. (2017). 28 Kue Artis Yang Sedang Tren Jadi Buah Tangan Setelah Liburan. Retrieved 20 februari 2020, from <https://phinemo.com/>
- Pambudi, Mohammad., & Wicaksono Ary. (2016). Pengaruh Iklan dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka. *E-Journal Manajemen Unud*, Vol.5 (8). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/22531>

- Pamungkas, Bagus, A. & Zuhroh, Siti. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada kedai Bontacos, Jombang. *Komunikassi*, Vol. 10(2), 145-160.
- Pibrina, Desi. & Ricoida, Desy, I. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Internet Terhadap Minat Belajar Mahasiswa (Studi Kasus: Perguruan Tinggi di Kota Padang). *Jatisi*, Vol.e(2), 104 – 115
- Pramudya, A, K, Sudiro, Achmad, & Sunaryo, S. (2018). The Role of Customer Trust in Mediating Influence of Brand Image and Brand Awareness of the Purchase Intention in Airline Tickets Online. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol.16(2),224–233.
<https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.02.05>
- Pratiwi Erni Dwi. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Instagram Dengan the Theory of Reasoned Action Menggunakan Amos 21. *Jurnal Teknik Komputer*, Vol. 2(1), 68–77.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jtk/article/view/364/273>
- Putri, Yosie, Anne. (2018). Pengaruh Bauran Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Kedai Kopi Serasi. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, Vol 1(2), 137 – 144
- Rezekimuli, Siti, H. & Maolana, Agus. (2019). Pengaruh Social Media Instagram Terhadap Minat Beli Followers Bandung Makuta. *Universitas Telkom Science*, Vol. 5(3).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Toor, Areeba. Mudassir Husnain., & Talha Husain (2017). The Impact of Sosial Network Marketing On Consumer Purvhase Intention in Pakistan: Consumer Engagement as a Mediator. *Asian Jurnal of Business and Accounting* 10(1).
- Wicaksono, M. Arif. (2017). Perngaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers. *JOM FISIP*. Vol. 1(2).
- Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wijayanto, D. (2012). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kompas Gramedia
- Wulandari, P. (2018). Kajian Theory Of PlannedBehavior (TPB) Pada Mahasiswa Bidik Misi dalam Membeli Buku. *Riset Illmioah Management dan Akuntansi*, 691-698.