

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- As'ad, H. A.-R., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan The Influence of Social Media on the Domestic Tourist's Travel Motivation Case Study : Kota Tua Jakarta,Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 3, 315.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dharmmesta, Swastha, H. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* (1st ed.). Yogyakarta: BPPFE.
- Djulus, H. (2019). *Tinjauan dan Analisa Ekonomi Terhadap Industri Kreatif di Indonesia*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Durianto, D. (2013). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (10th ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Yogyakarta: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Herdianto, D. (2016). *Creative Selling Everyday*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komput Indo.
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022: indonesia*. Retrieved Febuary 20, 2022, from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Jurnal Bisnis*, 65(10), 1480-1486.
- Kotler, Philip, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). United Kingdom: Pearson Education.
- Kotler, A. (2016). *Principles of Marketing Sixteent Edition Global Edition*. Boston: Pearson Education Limited.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing management* (15th ed.). United Kingdom: Pearson

Education.

Kotler, K. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). United Kingdom: Person Education.

Millianyani, A. (2015). Pengaruh social media marketing melalui Instagram terhadap minat beli konsumen sugar tribe. *Jurnal Ekonomi*, 2(3), 2583.

Moriansyah, L. (2015). Pemasaran melalui media sosial: Antecedents dan consequences social media marketing: Antecedents and consequenc-es. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3), 187-196.

Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (Cosumer Behavior &Markeing Strategy)*. Jakarta: Salemba Empat.

Puspita, C. M., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268-275.

Sangajadi, Mamang, S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Malang: Andi.

Sarah, I. B., Surya, D., & Zeshasina, R. (2020). Pengaruh brand imagedan product knowledgeterhadap minat beli di j. Co donuts & coffee basko grand mall padang. Universitas Bung Hatta.

Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010 (Persen). (2020). Retrieved Febuary 20, 2022, from <https://www.bps.go.id/indikator/indikator>

Statistik Ekonomi Kreatif 2020. (2020). Retrieved Febuary 20, 2022, from <https://kemenparekraf.go.id/publikasi-statistik-ekonomi-kreatif>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rusdakarya.

Suyono, Sukmawati, P. (2012). *Pertimbangan dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.

- Taprial, Varinder, K. (2012). *Understanding Social Media*. Varinder Taprial, Priya Kanwar & Ventus Publishing.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (14th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(2).
- Wiranoto, M. B. (2021). *Impact Of Brand Image, Social Media Marketing, And Service Quality Toward Purchase Decision (Study On Coffeeshouse Company: Starbucks, Universitas Brawijaya*.
- Wulandari, P. (2018). Kajian Theory Of Planned Behavior (TPB) pada Mahasiswa Bidik Misi dalam Membeli Buku. *Prosiding Frima, Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1, 691–698.
- Yoshihiro, Ming Kuo, S. (2019). *The Impact of Seniors' Health Food Product Knowledge on the Perceived Value and Purchase Intention*. Expert Projects Publishing, 64(64), 199–212.
- Zahay, D. (2015). *Digital Marketing Management A Handbook for the Current (or Future) CEO*. United States of Amerika: Business Expert Press.



KALBIS

Transforming Hearts and Minds