

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). *Brand leadership*. Simon and Schuster.
- Aaker, D. A. (2020). *Manajemen Ekuitas Merek*, Terjemahan. Jakarta: Mitra Utama
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Abdullah, M. M., Oktini, D. R. & Harahap, D. A. (2022). “Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee di Kota Bandung”. Bandung Conference Series: Business and Management, 2 (1), 736-743. doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.2405
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian”. MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 1(1), 39–50.
- A. Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- A. Shimp, T. (2013). *Periklanan Promosi*. Jakarta : Erlangga
- A.S, Munandar. (2001). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta : UI.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty: Yogyakarta
- Cooley, D. & Parks-Yancy, R. (2019). “The Effect of Social Media on Perceived Information Credibility and Decision Making”. Journal of Internet Commerce, 18(3), 249–269. <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1595362>
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Erpiana, N. & Susmonowati, T. (2021). “Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Lain Hati (Studi Kasus: Pelanggan Kopi Lain Hati Di Kabupaten Bekasi)”. JUMABI: Jurnal Administrasi, 1 (5), 399-408.
- Gunelius, Susan. (2011). *30- Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies

- Ghozali, Imam. (2016). “Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Pada PT. XL AXIATA Tbk. Dan PT. INDOSAT Tbk”. Jurnal EMBA: 63 IBM SPSS 23, 8 (8). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryadi, A. R., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). “Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc”. Jurnal Bismak, 2(2), 8–17.
- Hatch, E., dan Farhady, H. (1981) . *Research Design & Statistics for Applied Linguistics*. Tehran: Rahnama Publications.
- Husein, Umar. (2013). *Desain Penelitian MSDM Dan Perilaku Karyawan*. PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Ibnu, S., Mukhadis, A dan Dasna, I.W. (2003). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Indriyani, R. & Suri, A. (2020). “Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion”. Jurnal Manajemen Pemasaran, 14 (1), 25–34.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003
- Kelly, et al, (2010). “Avoidance of advertising in social networking sites: the teenage perspective”. *J. Interact. Advert.* 10 (2), 16–27.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *Foundations of behavioral research* (4th ed.). Wadsworth Publishing.
- Kusumah, Wijaya dan Dedi Dwitagama. (2011). *Mengenal Penelitian Tindakan Kelas*. Edisi : 2. Jakarta : PT Indeks.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, PT.Prehalindo, Jakarta
- Kotler, Philip, (2008), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2012), *Principles of Marketing*, 15th Edition, Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.

- Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2016): *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kurniasari, M. & Budiarmo, A. (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*, 7 (1), 25-31 .
- Mustapa, A., Machmud, R. & Radji, D. L. (2022). “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm *Jiksau Food*”. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5 (1), 264-270.
- Nawawi, Hadari. (2012). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- P. Santoso, Baihaqi, & F. Persada. (2017) . “Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita”. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Putri, C. S. (2016). “Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli”. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1 (5), 594-603.
- Purwaningsih, N. & Susanto, F. (2020). “Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dirga Mahar”. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>.
- Qomari, Rohmad. (2009). “Teknik Penelusuran Analisa Data Kuantitatif dalam Penelitian Kependidikan. *Jurnal Pemikiran Alternatif Kependidikan*”. Vol. 14. No.3. 1-8.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk. (2012). *Consumer Behaviour*. USA : New Jersey Prentice Hall
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Setiawan. 2015. *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial dan Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.

- Siyoto, Sandu. & Sodik, M. Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiarto, M. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Statistik Non Parametrik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Susilowati, Ratna. (2022). “Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk di *Sonokuno Kitchen* Jakarta”. *JURNAL JUKIM*, 1 (2), 49-5.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Pemasaran Jasa, Edisi 1*. CV. Bayu Media Publishing. Malang.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua*. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran : Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI
- Tuten, T.L., & Solomon, M.R. (2017). *Social Media Marketing 3rd Edition*. Los Angeles. SAGE Publication Ltd.
- Winarno. (2013). *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan Jasmani*. Malang: UM Press.
- Yulianto, Vissa Ita, (2007). *Pesona Barat: Analisa Kritis-Historis tentang Kesadaran. Warna Kulit Indonesia*. Yogyakarta: Jala Sutra.