

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, A. D. 2018. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta : Mitra Utama.
- Firmansyah, M. Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Qiara Media
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23 Edisi ke-8*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hardani, S.Pd.,M.Si.,dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta : Pustaka Ilmu
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Keller, Kevin, L., & Kotler, P. 2016. *Marketing Management*. In Pearson Education.
- Miles, Jason. 2019. *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customer With Visual Influence*. In Pearson Education.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media sosial Perspektif Komunikasi ,Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, 308. Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori Kuisisioner dan Analisis Data, untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Jurnal

- Arum Wahyuni Purbohastuti. 2017. Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomia* Vol. 12, No. 2. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Bilgin Y. 2018. The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image And *Brand loyalty*. *Business & Management*.
- Fatih Imantoro, S. S. 2018. Pengaruh Citra Brand, Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian (survei terhadap Konsumen Mi Instan Brand Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 180.
- Firda Ramadayanti. 2019. Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *JSMB* Vol. 6 (2) 2019 hlm. 78-8. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.
- Gallant Karunia Assidik. 2018. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alternatif Media Pembelajaran Berbasis Literasi Digital Yang Interaktif Dan Kekinian. *Seminar Nasional SAGA# 3 (Sastra, Pedagogik, dan Bahasa)* hlm. 242-246. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kristiana, Nela dan Nanang Wahyudin. 2012. Pengaruh Persepsi Atribut Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mobil Brand Isucu Elf Studi Pada Pt. Karta Zirang Utama Isuzu Semarang. [Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan \(JIMAT\)](#) Vol. 3, No 1.
- Pipit Ari Suryani. 2018. Efektivitas Media Promosi Melalui Instagram Terhadap *Brand loyalty @starbuckindonesia*. FISIP Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Puspayani, S., Jessica, J., Budiarto, B. 2021. Pengaruh Konten Social Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang. *Jurnal Ilmiah Indonesia* Vol. 6, No. 8. Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR Jakarta.

Website

Reni Lestari. 2022 “Konsumsi Sandang Meningkat, Jadi Tumpuan Pemulihan Industri Tekstil”
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20220213/257/1499812/konsumsi-sandang-meningkat-jadi-tumpuan-pemulihan-industri-tekstil>. Diakses pada 13 April 2022.

Liberty Jemadu, Dicky Prasty. 2022 “Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022”
<https://www.suara.com/teknologi/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022>. Diakses pada 15 Mei 2022.