



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Anggi (2021). Pengaruh Internet Marketing Dalam Pembentukan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Dalam Islam. Lampung : Kementrian Agama Republik Indonesia Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Durianto, Darmadi dkk. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fadhilah, Annisa 2021, Mengenal Menantea, Bisnis Minuman Teh Milik Jerome Polin dan Jehian, diakses 4 Juni 2021, <https://akurat.co/mengenal-menantea-bisnis-minuman-teh-milik-jerome-polin-dan-jehian>
- Fill, Chris. (1999). *Marketing Communication Contexts, Content and Strategies*. Mayland Avenue : Prentice Hall Europe.
- Instagram Indonesia 2019, Instagram Xing Fu Taang, diakses 18 April 2021, https://www.instagram.com/xingfutang_indonesia/.
- Instagram Indonesia 2021, Instagram Menantea Toko, diakses 23 Agustus 2021, <https://www.instagram.com/menantea.toko/>.
- Mustinda, Lusiana 2019, Xing Fu Tang: Antre 2 Jam Untuk Cicipi Brown Sugar Boba Milk, diakses 6 Juni 2021, <https://food.detik.com/resto-dan-kafe/d-4592367/xing-fu-tang-antre-2-jam-untuk-cicipi-brown-sugar-boba-milk>
- Keller, Kevin Lane. (2008). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Khazim, Iqbal Al (2016). Pengaruh Strategi Internet Marketing Terhadap Perilaku Konsumen Lazada.co.id Dalam Berbelanja Online Melalui Variabel Elektronik Word of Mouth (EWOM). Depok : Universitas Gunadarma.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kholik, Elyas Nur (2014). *Penggunaan Internet Marketing Dalam Membentuk Brand Association*. Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran Edisi 11*. Jakarta: Indeks. Jersey: Wiley.

Kriyantono, Rachmat (2010), *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Edisi 1, Jakarta: Kencana.

Kusuma, Belinda Aretha. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity*. Bandung: Universital Telkom Bandung.

Petty, Richard, & Cacioppo, John 2019, Teori-Teori Komunikasi, diakses 19 April 2021, <https://pamungkasashadi.wordpress.com/tugas-makalah/teori-teori-komunikasi/>.

Lisdya, Shelly 2021, Tersinggung Parodi 'Cina', Akun TikTok Ini Kaitkan Kasus Mei 1998, diakses pada 14 Mei 2021, <https://www.urbanasia.com/tersinggung-parodi-cina-akun-tiktok-ini-kaitkan-kasus-mei-1998-U26032>.

Prisgunanto, Ilham. (2006). *Komunikasi Pemasaran : strategi dan taktik*, Bogor : Ghalia Indonesia.

Prisana. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu, pada era media sosial*. Cetakan ke-1. Bandung : CV PUSTAKA SETIA.

Rahmawati, Dania Ayu (2015). *Internet Marketing Sebagai Staregi Komunikasi Pemasaran Online Shop*. Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Setiadi, Nugroho J 2021, Perilaku Konsumen. Jakarta : Prenada Media Group, diakses 18 Agustus 2021, <http://www.berita-satu.com>.

Stephanie, Connie 2021, Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia "Melek" Media Sosial, diakses 18 April 2021,



<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>

Tiktok Indonesia 2019, Konten Xing Fu Tang pada aplikasi Tiktok, diakses pada 18 April 2021,

https://www.tiktok.com/@xingfutangindonesia/video/6789918248264600833?lang=en&is_copy_url=1&is_from_webapp=v1

Tiktok Indonesia 2019, Tiktok *Xing Fu Tang*, diakses pada 18 April 2021,

https://www.tiktok.com/@xingfutangindonesia?source=h5_t&r=1.

UKMRNB 2021, Jerome Polin Sukses Dengan Menantea Toko Yang Viral, Yuk Intip Strategi Marketingnya!, diakses 4 Juni 2021,

<https://rnb.undip.ac.id/2021/04/25/jerome-polin-sukses-dengan-menantea-toko-yang-viral-yuk-intip-strategi-marketingnya/>.

Website Xing Fu Tang 2019, About *Xing Fu Tang*, diakses pada 18 April 2021

<https://www.xingfutang.co.id/>.

Youtube Indonesia 2021, Channel Youtube Nihongo Mantappu, diakses 5 Juni 2021,

<https://www.youtube.com/c/nihongomantappu/videos>.

Zainuddin dan M. Rijal Agung Wibawa (2018). Pengaruh Internet Marketing dan Status Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Kendaraan Di Kota Palopo.

Journal Of Institution and Sharia Finance, Volume I Nomor 2. 103-106.