

## DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Ridwan Sani. Inovasi Pembelajaran, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.

Adi, dan Priansa, Donni Juni. 2017. Manajemen Komunikasi dan Pemasaran. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Azwar, Saifuddin. 2005. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi pemasaran. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jakarta: PT. Prehallindo.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management. 15th Edition*. Pearson Education, Inc.

Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Neolaka, Amos. 2014. Metode Penelitian dan Statistika. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Priansa

Shimp, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Penerbit Alfabeta. Wibowo, Lili





Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*

Bandung: Alfabeta

Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing. United States: McGrawHill Companies.*

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*

Bandung: Alfabeta.

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial*

Untuk Kemantrian Perdagangan RI. Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI

Tuten, Tracy L. 2008. *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World. Greenwood Publishing Group.*

Weinberg, Tamar. 2009. *The New Community Rules: Marketing on the Social Web. CA:O'Reilly Media, Inc.*

Zimmerman, Jan& Sahlin, Doug. 2010. *Social Media Marketing For Dummies. New Jersey: Wiley Publishing, Inc.*

## JURNAL

Amelia, Kiki. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan Dunkin' Donuts di Surabaya dan Sidoarjo). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol 9. No. 1

Setyoko, Dimayana Pangestu. 2020. Film *Sexy Killers* Dan Dampak Media (Analisis Teori Stimulus Respon). *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 2 No. 4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undan  
1. Dilang menguti sebagian atas 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Godey, Bruno. 2016. "Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior". Journal of Business Research. JBR09187/hal 9.

Imron, Ahmad. 2018. Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Transportasi Online (Go-Jek Indonesia). Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer. Vol. 2 No. 9.

Lusiana, Devita, Widayatmoko Widayatmoko, dan Muhammad Adi Pribadi. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner Para Followers Akun @Jktfoodbang. Koneksi Volume 1 No. 2. Diakses pada 10 Agustus 2021, dari: <https://journal.untar.ac.id>.

Resti, Novia Dwi dan Mustika Sufiati Purwanegara. 2013. *The Psychological Effect of Uploading Food Picture on Social Media to Willingness to Dine Out*. Journal of Social and Development Sciences Volume 4 No. 7, 316214. Diakses pada tanggal 12 Agustus 2021, dari: <https://s3.amazonaws.com>.

Wijaya, Johan. 2016. Analisis Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui *Relationship Quality* (Studi kasus pada PT Mikatasa Agung di Surabaya). Jurnal Teknik Industri ISBN: 978-60270604-4-9

Yanuar, Nur. 2018. Pengaruh penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi terhadap Loyalitas Konsumen pada *Frozentto Homemade Ice Cream and Cafe* di Samarinda. EJournal Administrasi Bisnis. Vol. 6 No. 3.

WEBSITE

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 IBKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

