

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal :

- Arikunto, S. (2015). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sotjan. 2015. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Buchari Alma, 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Buku Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Diwati, F., dan Santoso, T. I. 2015. Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Binsis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal EBANK*, Vol. 6, No. 2, 33-54.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Edisi Sembilan. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Herdana, A. 2015. Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi pada Passion Agency Jakarta). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1, 1-18.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Valuta*, 4(1), 71–85.
- Mileva, L., & Fauzi, A. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks*. 58(1), 190–199.
- Murdana, Y. T., & Suryawardani, B. (2019). *Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness Pada Pt . Dealpro Indonesia Bandung 2019 the Influence of Social Media Marketing Through Instagram Towards Brand Awareness At Pt . Dealpro Indonesia Bandung 2019*. 5(2), 847–851.
- Muzaqqi, A., Fauzi, A., dan Suryadi, I. 2016. Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB)*, Vol. 31, No. 1, 26-34.

- Nachrowi, Djalal Nachrowi dan Hardius Usman. 2008. *Penggunaan Teknik Ekonometri*, Edisi revisi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nadhiro. (2019). Nadhiro. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Followers Instagram Warunk Upnormal*, 02, 88–92.
- Orlando, D. (2015). Analisa Pengaruh Brand Image dan *Brand Awareness* Terhadap Purchase Intention Sepeda Motor “Kawasaki Ninja 250Fi” Program Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.3(Issue.1), 1–9. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/134813-ID-analisa-pengaruh-brand-image-dan-brand-a.pdf>
- Permana, P. (2015). Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap *Brand Awareness*, dan Nilai Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Hand And Body Lotion Marina (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang).
- Sinambela, Lijan Poltak. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Membangun Tim Kerja yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja*: PT. Bumi Aksara.
- Sudarmanto, 2010. *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. IN MEDIA: Bogor.
- Saputro, R. Y., Paramita, P. D., dan Warso. M. M. 2016. Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Price terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 125 di Dealer Astra Honda Semarang. *Journal of Management*, Vol. 2, No. 2.
- Susilana, R. (2015). *Modul Populasi dan Sampel. Modul Praktikum* (9th ed.). Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Utari, M. (2017). *Pengaruh Media Social Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya* 4(2), 1–22.
- Wicaksono, M., & Seminari, N. (2016). Pengaruh Iklan Dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka. *None*, 5(8), 250770.
- Widhiarta, I. G., & Wardana, I. M. 2015. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 4, 832-848

web :

<https://dailysocial.id>
www.traveloka.com
www.tekno.kompas.com
<http://www.instagram.com/traveola/>