

DAFTAR PUSTAKA

- Abu, R. Alhadid (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Provider in Jordan. Science Private University, Amman, Jordan. Rev. Integr. Bus.
- As'ad. Alhadid. (2018). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity; An Empirical Study on Mobile Service Provider in Jordan", Journal Integrative Business and Economics Research, Vol. 3
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Chen. Lin. (2019). Understanding the effect of social media marketing activities: The mediation of social identification, perceived value, and satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*, 140 (November 2018), 22–32.
- Dewi. (2015). Pengaruh Harga, Promosi, Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Ezatta Di Royal Surabaya, *Jurnal pendidikan tata niaga*, Vol 3, No 2
- Econ. (2012). The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 58 (2012) 1353 – 1360 Res Vol 3.
- Elwani, R. S., & Kurniawan, F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 64. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.665>
- Evans. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach*, Global Edition. Edisi 13. New Jersey: Pearson Education Limite
- Exel, F., Akakip, D., Ariwijaya, H., & Milang, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 09(January), 485–500. <https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/Aksara>
- Farida, F. (2012). *Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta : Salemba Empa
- Felix, W. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Perubahan Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Wuling Di PT Arista Jaya Lestari Cabang Sm Raja Medan. *Journal Economic Management and Business* Vol. 1, No. 2, Desember 2022
- Gilang, (2019). Strategi Marketing Public Relation (MPR) PT Citilink Indonesia dalam Membangun Pengetahuan Produk (Product Knowledge) untuk Calon Konsumen. Skripsi (dipublikasikan). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jendral Soedirma

- Gery. A. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid I. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga
- Gunelius. (2016). 30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies
- Hidayat. (2017). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. Jurnal Ilman, 4(1), 33-46
- Kotler. (2019). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler. Armstrong. (2018). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Kotler, P. Keller, (2016). Marketing Management: an Asian Perspective (2nded.). Singapore: Prentice Hall International, Inc.
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas. Edulib, 8(1), 1. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>
- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. Jurnal Manajemen, LMII Medan, 7(1), 49–64. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Morissan, (2017). Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Cet ke-4 Bogor: Kencana
- Mustar, M., & Nashihuddin, W. (2020). Whatsapp Group Sebagai Layanan Referensi Online: Studi Kasus Pada Alumni Departemen Ilmu Kesehatan Anak Fk-Kmk Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Journal of Documentation and Information Science, 4(1), 11–22. <https://doi.org/10.33505/jodis.v4i1.158>
- Panjaitan & Yuliati, (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung”. DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen. Volume 11, Nomor 2 (hlm. 265-289)
- Prihadi, D., & Susilawati, A. D. (2018). Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran. Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 3(1), 15. <https://doi.org/10.23917/benefit.v3i1.5647>
- Seo. Park (2018). A Study On The Effects Of Social Media Marketing Activities On Brand Equity And Customer Response In The Airline Industry. Journal of Air Transport Management. 66, 36-41
- Setianingsih. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli. Jurnal Administrasi Bisnis, 1(September), 25–34.

- Sholikhah, L. M. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Media Sosial Lini Bisnis Ternak Mart Pada Startup Ternaknesia Di Masa Pandemi Covid-19. *Commercium*, 4, 132–145. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/41803/3596> 5
- Sugiyono (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sulistyawati & Seminari. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8), 250437
- Syairozi, I., Perdana, R. P., Syahrial, R., Alfiyani, N. S., & Fadilah, M. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak (Survei di Pulo Gebang Rt. 003/004 Jakarta Timur). *Jurnal Alasma: Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah*, 4(1), 8–27.
- Terence A Shimp, (2013). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Umar, H (2017). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada
- Weinberg. (2019). *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. CA:O'Reilly Media, Inc