

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek* (A. Ananda (ed.)). Jakarta: Mitra Utama.
- Abas Bambang dan Meyzi Heriyanto (2017). Pengaruh *Brand equity* Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Merek Toyota Kijang Innova (Survey Konsumen Pada Dealer PT. Agung Automall Cabang Sutomo Pekanbaru) (Doctoral dissertation, Riau University).
- Adi Ridwan Fadillah dan Anny Nurbasari (2022). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Dan *Brand equity* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Depositor Bank Bjb Cabang Cilegon). *Journal of Banking & Management*, 5(2), 46-51.
- Agus W. Soehadi. 2016. *Effective Brandin*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Amalina, A., & Tiarawati, M. (2016). Pengaruh *Social media marketing* Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Follower Twitter Mizone@ Mizoneid). *Jurnal ilmu manajemen*, 4(3), 1-12.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari Alma. 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Merek dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Erni dan Kurniawan. 2017. *Pengantar manajemen*, edisi 1, Kencana-Jakarta.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty : Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan*. Pelanggan, Terj. Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Hasibuan, M. S. . (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Revi). Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social media marketing*. Elex Media Komputindo.
- Herman, J. (2016). *The Ultimate Beginner 's Guide to Writing Essays ( Infographic) Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report*.
- J. Setiadi, N. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen (Edisi Keti)*. Jakarta: Prenada Media
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran (Jilid 1, E)*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran (edisi 12 J)*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. New Jersey: 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Kotler, Philip, Amstrong. 2017. *Pemasaran, Edisi pertama*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mahyuddin., dkk. (2021). *Teori Organisasi - Google Books*. Yayasan Kita Menulis.
- Sarinah dan Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Mileva, Lubiana dan Fauzi Achmad. 2018. 'Pengaruh *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian'. dalam *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 58 No. 1.
- Muchardie, B.G., Hanindya, N., Gunawan, A., (2016). Effect of *social media marketing* on customer engagement and its impact on brand loyalty in caring colours cosmetics, Martha Tilaar. *Binus Business Review*, 7(1), 83-87.
- Sudarso, A. dkk. (2020). *Manajemen Merek (A. Karim (Ed.); Cetakan 1)*. Yayasan Kita Menulis.
- Sudarsono 2020, *Manajemen Pemasaran Modern Liberty*, Yogyakarta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung Alfabeta, CV
- Sutan Muhammad Hannief & Martini, E. (2018). Pengaruh *Social media marketing* Instagram Terhadap Loyalitas Merek Konsumen Warunk Upnormal. *eProceedings of Management*, 5(1).
- Teguh Iman Basuki (2017). Pengaruh *Brand equity* dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Botol Sosro di Kota Bandung. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(02), 253-265.

- Terry, George R. 2012. Prinsip-Prinsip Manajemen, penerjemah J-Smith D.F.M.. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Thamrin dan Francis 2018, *Pengantar Manajemen Pemasaran Jasa*, DEEPBULISH
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2017. *Pemasaran Strategik (3rd ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Tuten, Tracy L. dan Solomon, Michael, R. (2015). *Social media marketing: 2nd. Edition*. London: SAGE.
- Wibowo dan Priansa. 2017. Manajemen Komunikasi dan Pemasaran. Cetakan ke-1. Bandung: Alfabeta, cv.

**Jurnal:**

- Abas Bambang dan Meyzi Heriyanto. (2017). *Pengaruh Brand equity Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Merek Toyota Kijang Innova (Survey Konsumen Pada Dealer PT. Agung Automall Cabang Sutomo Pekanbaru) (Doctoral dissertation, Riau University)*.
- Adi Ridwan Fadillah dan Anny Nurbasari (2022). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Dan *Brand equity* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Depositor Bank Bjb Cabang Cilegon)
- Agus Rianto dan Mukhlis Yunus (2019). Pengaruh Ekuitas Merek, Nilai Dan Relasional Terhadap Loyalitas Konsumen Swalayan Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* Vol. 4, No. 1, 2019 Februari: 306-318.
- Ahmad Khan. (2016). *Impact Of Social media marketing On Brand equity. International Journal of Current Research* Vol. 8, Issue, 04, pp.30046-30055, April, 2016.
- Alfian Dally Irawan dan Aswin Dewanto Hadisumarto (2020). Pengaruh Aktivitas *Social media marketing* Terhadap Brand Trust, *Brand equity*, dan Brand Loyalty Pada Platform Social Media Instagram. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia* • Vol 43 • No. 1.
- Apri Winanda, Tri Inda Fadhila Rahma, dan Rahmi Syahriza (2021). Pengaruh *Brand equity* Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Tabungan Marhamah Mudharabah Pada Pt. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang. *JIMEBIS*-Volume 2 Nomor 2 November 2021.

- Berlian Aretha Kusuma, Berlian Primadani Satria Putri. (2019). Pengaruh *Social media marketing* terhadap *Brand equity* JIM UPB VOL7 No.1 2019
- Budi Setyanta (2018). Peran Ekuitas Merk Terhadap Loyalitas Merk Barbershop Di Kota Yogyakarta. *Capital*, Volume 1, Nomor 2, Maret 2018
- Dahmiri. (2020). Pengaruh sosial media marketing dan *brand equity* terhadap minat beli. *Journal of Economics and Business*, 17(2), 194–201.
- Daniel Imam K, Zainul Arifin, M. Kholid Mawardi (2015). Pengaruh Pemasaran Melalui Sosial Media terhadap kesadaran konsumen pada Produk Internasional (Studi Pada penduuna Produk Uniqlo Indonesia) JAB Vol. 24 No.1 Juli 2015.
- Dewi Murtiningsih (2017). Analisis Pengaruh Social Maketing Terhadap Universitas Budi Luhur Melalui Loyalitas (Studi Pada Universitas Budi Luhur Jakarta). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, Vol 4, No 1
- Elsavira Nandya dan Agus Maolana Hidayat (2022). Dampak *Social media marketing* Instagram dan Brand Image Pada Instagram Traveloka Terhadap Loyalitas Konsumen. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 189-190.
- Eun-Ju Seo (2017). *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*. Volume 66, January 2018, Pages 36-41.
- Fariza Maulidiah, Suharyono, dan Kadarisman Hidayat (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada CV. Laris Motor Cabang Air Haji.
- Ghea Savitri (2021). Pengaruh *Brand equity*, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Produk Gatsby Pomade Pada Kalangan Milenial di Bangkinang Kota. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia – Vol. 3, No. 1, Januari 2021*.
- Giska Rizki Utami dan Marheni Eka Saputri (2020). Pengaruh *Social media marketing* Terhadap Customer Engagement Dan Loyalitas Merek Pada Akun Instagram Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185-198.
- Hoiriyah Hoiriyah, Darmansah Darmansah, dan Muhammad Eka Purbaya (2022). Pengaruh User Experience dan Consumer-Based *Brand equity* Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, Vol. 9 No. 3, Juni 2022
- Irum. (2016). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan Rumah pada Perumahan D’Cassablanca di Samarinda. *Ejournal.Adbisnis.Fisip-Unmul.Ac.Id.*, 4 (2) 590-.

- Jamilah, & Handayani, P. W. (2017). Analysis on effects of *brand* community on *brand* loyalty in the social media: A case study of an online transportation (UBER). *2016 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems, ICACSYS 2016*, 239–244.
- Kannethly Garry (2018). Pengaruh Product Line Extension Dan *Social media marketing* Melalui Twitter Secara Simultan Terhadap Loyalitas. Vol. 2 No. 1 (2018): Jurnal Public Relations Indonesia.
- Kms Afandi Abdullah dan Luis Marnisah (2018). Pengaruh *Brand equity* Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Panin Dubai Syariah, Tbk. Cabang Palembang. *Jurnal Ecoment Global* Volume 3 Nomor 1 Edisi Februari 2018.
- Metta Ratana (2018). Pengaruh *Social media marketing* terhadap Ekuitas Merek *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* Vol.22 No.1 (Juni 2018).
- Muhamad Dwi, Ida Anggriani, dan Meiffa Herfianti (2020). The Relationship Of *Brand equity* And Price With Customer Loyalty Of Vermint Products On Cv Insan Madani Bengkulu. *Journal EMAK*, Vol. 3 No. 1 Juli 2020 page: 121 – 134
- Muzaqqi, A., Fauzi, A., & Suyadi, I. (2016). PENGARUH KESADARAN MEREK, KESAN KUALITAS, ASOSIASI MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Produk Sari Apel SIIPLAH di Perumahan Saxophone Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 31(1), 26–34.
- M. Naufal Syafi'ul Wafa, Budi Wahono, and Restu Millanintyas . (2020). *Pengaruh Social media marketing terhadap Loyalitas Konsumen dengan Customer Behavior Sebagai Variabel Intervening* (Studi Pada Pelanggan Brewog Sound System Blitar). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(19).
- Nikita Putri Mahardhika dan Tandiyo Pradekso (2020).. Pengaruh Terpaan *Social media marketing* , Sales Promotion , Inovasi terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Layanan Go-Pay. *Interaksi Online*, 8(2), 30-40
- Nisha Anupama jayasuriya, S. M. Ferdous Azam (2017). The Impact of *Social media marketing* on *Brand equity* : A Study of *Fashion-Wear* Retail in Sri Lanka. *International Review of Management and Marketing* Vol 7 2017
- Noviani Sari Angkie dan Sherly Rosalina Tanoto (2019). Pengaruh *Social media marketing* Terhadap *Brand equity* Pada Brand *Fashion* Zara, H&M, Pull&Bear, Dan Stradivarius Di Surabaya. *AGORA: Volume 7*. No : 1, 2019

- Rizki Mutma Inna, Latifah Dian Iriani, dan Bekti Wiji Lestari (2021). Pengaruh Promosi Online Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Griya Pink Kota Sorong. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(1), 34-42
- Ruri Anggraeni, Layaman, dan Diana Djuwita (2019). Analisis Pemanfaatan *Social media marketing* Terhadap Customer Loyalty Yang Menggunakan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No.3 Oktober 2019*: 445 – 455.
- Sutan Muhammad Hannief dan Erni Martini (2018). Pengaruh *Social media marketing* Instagram Terhadap Loyalitas Merek Konsumen Warunk Upnormal. *eProceedings of Management*, 5(1).
- Syed Zeeshan Zahoor, Mir Ijtiba Younis, Dr. Ishtiaq Hussain Qureshi and Dr.Rafi Teguh Iman Basuki. (2017). *Pengaruh Brand equity dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Botol Sosro di Kota Bandung*. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(02), 253-265.
- Verina Cornelia dan Yusepaldo Pasharibu. (2020). Brand Loyalty Mediation in Brand Attachment and Customer Digital Experience towards Smartphone Repurchase Intentions. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 145-157.
- Yonaldi, Sepris, (2011), *Analisis Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran (Marketing mix) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Minuman Teh Botol Frestea* (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Andalas Padang), *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 2, Nomor 1, Januari 2011, ISSN: 2086 – 5031.
- Yudhistira Galang Marhantara dan Teguh Widodo (2021). Pengaruh *Social media marketing* Twitter Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Penggunaan Customer Streaming Vidio.com (Studi Pada Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 8(5).
- Zoubi Faiz H., and Diya' Mohammad Al-Harazneh. 2019. *The Impact of Social Media on Customers' Loyalty toward Hotels in Jordan*. *International Journal of Business and Management*; Vol. 14, No. 5; 2019 ISSN 1833-3850.
- Zulqurnain Ali, Muhammad Aqib Shabbier, Masha Rauf dan Abid Hussain (2016). *To Asset the Impact of Social media marketing on Cunsomer Perpection* *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance, and Management sciences*, Vol.6 No.3, Juli 2016.