

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Albarran, Alan B. 2013. *The Social Media Industries*, Routledge, New York
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Andriansyah, Irfan & Maharani, Anastasya. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV. Cendekia Press.
- As'ad, Abu Rumman & Alhadid, Anas Y. *The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan*, Review of Integrative Business and Economics Research, Vol. 3 No. 1 2014, hlm. 316
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Atmoko, Dwi Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Bahrin & Kamarul, Mohd Aiman et al. 2016. "Industry 4.0: A Review On Industrial Automation And Robotic", Jurnal Teknologi (Sciences & Engineering) UTM 78 (6-13), 137–143. <https://doi.org/10.11113/jt.v78.9285>
Business Review, Vol. 25 No. 4, 2013, hlm. 366.
- Cahyani, Khoiriyah Indra & Sutrasmawati, Endang. 2016. *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Management Analysis Journal. ISSN:2252-6552.
- Dijk, V. 2013. *Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten*. Dalam Yuzi Akbari Vindita Riyanti (2016). Skripsi. Yogyakarta: Pendidikan Teknik Boga FT Universitas Negeri Yogyakarta
- Emzir. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. PT. Raja Grafindo Persda.
- Fadhila, Atim. (2020). *Pengaruh Promosi Social Media Instagram Terhadap Brand Awareness (Case Study: Pt Rapid Teknologi Indonesia Pada Tahun 2020)*. Jurnal e-Proceeding of Applied Science Vol. 6 No. 2

- Fauzi, Achmad & Mileva, L. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 58 No. 1, Mei 2018, hlm. 191
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media
- Frewerdi, B., Schedi, M., & Tkalcic, M. 2015. *Predicting Personality Traits with Instagram Pictures*.
- Fukuyama, Mayumi. 2018. "Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society". *Japan Economy Foundation Journal - Japan SPOTLIGHT*. https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf. diakses tanggal 27 Agustus 2019.
- Hanafi, Mamduh M. & Halim, Abdul. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Handoko, T. Hani. *Manajemen Edisi 2*, (Yogyakarta, BPFE:2018), Hlm. 10
- Harmayani, et al. (2020). *E-commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hery. 2018. *Pengantar Manajemen*. Cetakan Pertama. PT Grasindo. Jakarta. Indriantoro, N dan Supomo. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE-Yogyakarta.
- Husnawati. 2017. *Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda*. Skripsi (Tidak diterbitkan). Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Idiantoro, Nur. & Supomo, Bambang. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Bisnis*. Yogyakarta: BPFE
- Iqbal, Hasan. (2013) *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* Jakarta: Bumi Aksara
- Isoraite, M. (2016). *Aspek teoritis bauran pemasaran*. Internasional Journal of Research Granthaalayah.
- Jansen, B. J., Sobel, K., & Cook, G. (2012). *Classifying E-commerce Information Sharing Behaviour by Youth on Social Networking Sites*. *Journal of Information Science*, 120-136.
- Jubilee, Enterprice. (2016). *Instagram Untuk Fotografi Digital & Bisnis Kreatif*. Bandung: Publising House.
- Juliana, S. & Sihombing, S (2019). *Pengaruh penempatan produk dan kesadaran merek terhadap niat beli*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, (Online), 12. ([Http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702](http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702)), diakses 26 April 2020.

- Kholilurrohman, M. (2016). "Efektivitas Tagline Aqua dan. Pengaruhnya pada Brand Awareness dan Keputusan Pembelian. Aqua di Kota Malang". Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. <http://etheses.uin-malang.ac.id/3518/1/ISI-12510018.pdf>
- Kotler, P., & Keler, L. Kevin. (2017). *Manajemen pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1, Dialihbahasakan oleh Benyamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip & Keller, L. Kevin 2012. *Marketing Management*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip & Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Krisnandi, H. Efendi, S. & Sugiono, E. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: LPU-UNAS.
- Krisnawati, Devi. (2016). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua*. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisna Dwaipayana*. Vol. 4. No. 1
- Kristiawan, Muhammad. 2017. *Manajemen Pendidikan*. Sleman: CV Budi Utama
- Laudon, Kenneth C. & Traver, Carol Guercio. 2014. *E-commerce: Business, Technology & Society 10th edition*. New Jersey: Pearson.
- Laudon, Kenneth C., & Traver, Carol Guercio. 2012. *E-commerce 2012: business, technology, Society, 8th ed*. Harlow: Pearson
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Macarthy, A. (2015). *Social Media Marketing Tips*. Wales: Andrew Macarthy.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Mandibergh. 2012. *Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten. Dalam Yuzy Akbari Vindita Riyanti (2016)*. Skripsi. Yogyakarta: Pendidikan Teknik Boga FT Universitas Negeri Yogyakarta.
- Meike dan Young. 2012. *Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten. Dalam Yuzy Akbari Vindita Riyanti (2016)*. Skripsi. Yogyakarta: Pendidikan Teknik Boga FT Universitas Negeri Yogyakarta.
- Melati. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Deepublish. Hlm.76
- Meleong, Lexy J. (2017). *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mesiono. (2018). *Manajemen Kepala Sekolah dalam Mewujudkan Sekolah yang Efektif dan Efisien*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan KaliJaga Yogyakarta.

- Mileva, L. & D.H Fauzi, Ahmad. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 58, No. 1.
- Morrison, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, cetakan keempat*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup
- Mullins, John W & Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition*, McGraw-Hill International Edition
- Musriha & Gilang R, *Pengaruh Intensitas Pemakaian Internet terhadap Penggunaan Internet untuk Berbelanja Online yang dimoderasi oleh Consumer Innovativeness di Surabaya*, Jurnal Ekonomika, Vol. 5 No. 2, Desember 2012, hlm 94
- Nabila, Aini N. & Basuki, R. Sugeng.2020. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Media Sosial Instagram @Gartenhaus_Co dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli di Cafe Gartenhaus Malang Jawa Timur*. JAB: Jurnal Aplikasi Bisnis. Vol. 6, No. 1. pp. 25-28.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nawawi, Zaidan. 2013. *Manajemen Pemerintahan*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: Pt Grasindo.
- Novila, Mileva D. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi Pada Masyarakat Surabaya Timur)*. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM), 7(2), 446–452.
- Oktiani, Asri & Khadafi, Rozy. 2018. *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust Dan Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan C'bezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi*. Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING). Volume 1 Nomor 2. e-ISSN : 2597-5234. Pp. 269- 282.
- Palmatier, R. W., & Sridhar, S. (2017). *Marketing Strategy: Based on First Principles and Data Analytics*. London, United Kingdom: Macmillan International Higher Education.
- Partogi, J. 2015. *Manajemen Modern dengan Scrum*. Andi Publisher
- Pham, P. H., & Gammoh, B. S. (2015). *Characteristics of social-media marketing strategy and customer-based brand equity outcomes: a conceptual model*. 122 International Journal of Internet Marketing and Advertising (IJIMA), Vol. 9, No. 4, 2015, 321-337.
- Putri, Vania Dwi Alfiana., & Suasana, I Agung Ketut Gede. 2018. *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Gerai Starbucks Coffee*. Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol 7, No. 1, 2018:470-496.

- Rasyid, Fikri. *Social Media Marketing: Definisi, Konsep dan Aplikasinya*, <https://fikriryid.com/social-media-marketing-definisi-konsep-dan-aplikasinya/>, diakses tanggal 10 Oktober 2018.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2007). *Principles of management. Translated by Seyyed Mohammad Arabi and Mohammed Ali Hamid Rafiee and Behrouz Asrari Ershad, Fourth Edition*, Tehran: Office of Cultural Studies.
- Robert K. Yin diterjema, oleh Djauzi Muzakir,(2013). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Rojko, Andreja. 2017. "Industry 4.0 Concept: Background and Overview". *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)* 11 (5), 77-90. <https://doi.org/10.3991/ijim.v11i5.7072>.
- Ruyatnasih, Yaya. (2018) *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV. ABSOLUTE MEDIA
- Santoso, B., & Anggriana, R. Qomariah, N. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online "Om-Jek"* Jember. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*. 7(2): 137-156.
- Sarinah & Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Saryono, (2013). *Metode Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta: Nuha Medika.
- Siswanto, H. B. 2013. *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Solihin, Galih G. 2019. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Plasa Telkom Group di Cianjur*. E-proceeding of Applied Science. Vol.5, No.2, 535.
- Solihin, Ismail. 2019. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Stoner, James A.F & Charles, Wankel (2021). *Manajemen Jilid I*, terj. Alexander Sindoro, Jakarta: PT Prahallindo.
- Sudaryo, Y., Sofiati, Nunung Ayu., Yosep, Mohamad Arfiman. & Nurdiansyah, Budi. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Penerbit Andi.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suharsimi, Arikunto. (2013) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Cet IV: Jakarta: PT. Rineka Cipta

- Sulistiyo, Tri D. 2020. *Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image The Bunker Café, Tangerang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 21 No. 2.
- Suliyanto, 2018. *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Suwanto & Priansa, D. 2013. *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu Dharmmest. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPF: Yogyakarta.
- Terry, George R. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen*, penerjemah J-Smith D.F.M. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta 2017
- Tsitsi, et. al., *The Adoption of Social Media Marketing in South African Banks*, European
- Turban, Efraim et al. 2015. *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective Eighth Edition*. Switzerland: Springer.
- Tuten, Tracy L & Solomon, Michael R. (2017). *Social Media Marketing*. California: SAGE Publications, Inc.
- Wardana, I. M & Aditya, K. Y. (2017). *Peran Brand Equity Dalam Memediasi Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase intention*. E-Jurnal Manajemen Unud, 6 (2), 830-856.
- Winadi, J. S. (2017). *Hubungan word of mouth dengan brand awareness teh kotak*. Jurnal EKomunikasi, (Online), 5 (1). (<https://media.neliti.com/media/publications/185778-idhubungan-word-of-mouth-dengan-brand-awar.pdf>), diakses 10 September 2020.
- Xu, Li Da et al. 2018. "Industry 4.0: State Of The Art And Future Trends". *International Journal of Production Research* 56 (8), 2941–2962. <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1444806>