

DAFTAR PUSTAKA

- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 41-51.
- Anjum, A., More, V., & Ghouri, A. M. (2012). *Social Media Marketing: a paradigm shift in business*. Anjum, A., More, VS, & Ghouri, AM (2012) *Social Media Marketing: A Paradigm Shift in Business. International Journal of Economics Business and Management Studies*, 1(3), 96-103.
- Arikunto, S. (2006). 2010 Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik. *Jakarta: Rhineka Cipta*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- Erdoğan, İ. E., & Cicek, M. (2012). The impact of *Social Media Marketing* on *brand loyalty*. *Procedia-Social and behavioral sciences*, 58, 1353-1360.
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh *Digital marketing* Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409-418.
- Godey, B, dkk. (2016). 'Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence on *Brand equity* and Consumer Behavior', *Journal of Business Research*, vol. 69, no. 12, pp. 5833-5841.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: der Leitfaden für das Marketing der Zukunft*. Campus Verlag.
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing*, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 152-159.
- Lusianti, D., Subono, A., Lailiyah, N., & Fahira, K. T. (2022, July). Membangun Loyalitas: Relationship Marketing dan Kepuasan Peserta Jaminan Kesehatan Nasional. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 238-245).
- Seo, E. J., & Park, J. W. (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.
- Setjodiningrat, C. E. N. (2023). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PERCEPTUAL CONSCIOUSNESS PADA NIAT BELI SEPATU AEROSTREET* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Suryadinatha, R. (2015). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengakses Akun Twitter Garuda Indonesia@ IndonesiaGaruda Di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Suryanti, S., & Wijayanti, L. (2018). Literasi Digital: Kompetensi Mendesak Pendidik Di Era Revolusi Industri 4.0. *EduStream: Jurnal Pendidikan Dasar*, 2(1), 1-9.