

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta dan Hani Handoko, 2015, Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen. BPFE. Yogyakarta
- Boyd, Walker dan Larreche. 2014. Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan. Strategis dengan Orientasi Global, Edisi Kedua. Jakarta : Erlangga
- Bruhn, M., Schoenmueller, V., & Schafer, D. B. (2012). Are social media replacing traditional media in terms of brand equity creation? *Management Research Review*, 35(9), 770–790.
- Dewi, Mega Melina 2017, Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality of Brand*, *Brand Association*, *Brand Loyalty*, dan *Brand Image* Terhadap *Brand Equity* Erigo Mahasiswa di Surabaya, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* Vol.6 No.2 (2017)
- Ghozali, Imam. 2015. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 19 (edisi kelima.) Semarang: Universitas Diponegoro
- Irwan, H, A., Hastuti, N., & Oliandes, S. (2014). Pengaruh elemen ekuitas merek (brand equity) terhadap keputusan pembelian produk pakaian (X, S, M, L) di Surabaya. *Jurnal Gema Aktualita*, 3(1), 32–43.
- Kinanti, S. P., & Putri, B. P. S. 2019. Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 53
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2014. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. 10 th. Edition. “Marketing an Introduction”. Indonesia: Perason
- Kusuma, B. A., & Putri, B. P. S. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity. *Jim Upb*, 7 (1), 33–37.
- Moh Nazir, 2014. Metode Penelitian. Cetakan 6. Bogor: Penerbit Ghalia.
- Muntinga, D. G., Moorman, M., & Smit, E. G. (2011). Introducing COBRAs: Exploring motivations for brand-related social media use. *International Journal of Advertising*, 30(1), 13–46.

- Nam, K.J., Whyatt., & Georgina, Y. E. (2011). Brand equity, brand loyalty and consumer satisfaction. *Jurnal University South Korea*. Oxford Brookes University UK.
- Noviani Sari Angkie, & Tanoto, S. R. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity Pada Brand Fashion Zara, H&M, Pull&Bear, Dan Stradivarius Di Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Nur Latifa Isnaini P, Fauziyyah, S., & H, R. T. F. (2017). Peran Digital Marketing Terhadap Brand Equity Produk Pariwisata. In *Snaper-Ebis* (Pp. 406–410). Jember Indonesia.
- Sasmita, Norazah Mohd Suki, 2015 "Young consumers' insights on brand equity: Effects of brand association, brand loyalty, brand awareness, and brand image", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 43 Issue: 3, pp.276-292
- Setiadi, Nugroho J. 2015. *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4, Jakarta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Yunita, 2014. Pengaruh Word of Mouth, Iklan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen, Volume 11 Number 1 2014