

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis*. Salemba Empat.
- Ambolan, M. A. (2015). THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION (Study On Consumers in Administrative Science Faculty Brawijaya University Class of 2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 2 No. 2 Februari*, 1-7.
- Darmadi, D. S. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ekasari, N. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Pada PT.BFI Finance, Jambi. 82-100.
- Febrian, S. M. (2018). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zara (Studi pada konsumen Zara Sun Plaza Medan). *Universitas Sumatra Utara*.
- Kambali, L. &. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang di Kantor Pos Pati 59100. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11.
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran (B. Sabran (ed.); 13 Jilid 2)*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. &. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P. &. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi ke-1)*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management (15th edition)*. Pearson Education.
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4.
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Aqua Pada Masyarakat Di Kota Bandung. *ISSN : 2338 - 4794, Vol. 4 No. 1*.
- Muslihah, F. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam (Studi kasus

pada mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung angkatan 2014-2016).
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

- Nur'aini, A. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Aksesori (Survei pada Followers Akun Instagram @promodazzle).
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Bontacos, Jombang. *Komunikasi, Vol. X No. 02, September*, 146-159.
- Pradipta, D. H. (2016). PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen Pembeli Dan Pengguna Kartu Perdana simPATI Telkomsel Di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 34 No. 1 Mei*, 138-147.
- Rizal, V. Z. (2014). Social Media Marketing Twitter dan Brand Image Restoran Burger. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5.
- Santoso, A. P. (2017). Pengaruh konten post Instagram terhadap online Engagement. Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Intitusi Teknologi Sepuluh November*.
- Solis, B. (2010). Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web. *Wiley & Sons Inc.*
- Wibowo, N. E. (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Yellow Truck Cabang Sunda Bandung Tahun 2017). *Proceeding of Applied Science*, 23.