

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, Annisa. 2016. *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol.4, No. 3, Hal 2.
- Amalina, Annisa. 2016. *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol.4, No. 3, Hal 4.
- Buku Panduan Skripsi dan Pelaksanaan Ujian Akhir. S1 Manajemen. Universitas Muhammadiyah Semarang.2018
- Handika, Made Resta.2018. *Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 15, No 2, Hal 195.
- Kotler, Philip. 2001. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. edisi ke 8. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1988. *Manajemen Pemasaran analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. edisi ke 6. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kurniasari, Meatry, dan Agung Budiarmo. 2018. *Pengaruh Social Media Marketing, Brand awareness terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variable inetervening pada J.CO Donuts & Cofdfe Semarang*. Diponegoro journal of social and politic. Tahun 2018 Hal 1-7.
- Kusniadji, Suherman.2016. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Customer Goods*. Jurnal Komunikasi, Vol 8, No.1, Hal 84.
- Mileva, Lubiana, dan Achmad Fauzi DH. 2018. *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.58, No. 1, Hal. 191.

- Mileva, Lubiana, dan Achmad Fauzi DH. 2018. *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.58, No. 1, Hal. 191.
- Nuraini, Syifa Dewi, dan Bethani Suryawardhani . 2017. *Analisis Efektivitas Melalui Media Sosial Instagram pada PT. Niion Indonesia Utama pada Tahun 2017*. E-Proceeding of Applied Science : Vol. 3, No.2 Agustus 2017, hal 281.
- Nuraini, Syifa Dewi, dan Bethani Suryawardhani. 2017. *Analisis Efektivitas Melalui Media Sosial Instagram pada PT. Niion Indonesia Utama pada Tahun 2017*. E-Proceeding of Applied Science : Vol. 3, No.2 Agustus 2017, hal 281.
- Nuraini, Syifa Dewi, dan Bethani Suryawardhani. 2017. *Analisis Efektivitas Melalui Media Sosial Instagram pada PT. Niion Indonesia Utama pada Tahun 2017*. E-Proceeding of Applied Science : Vol. 3, No.2 Agustus 2017, hal 282.
- NST, Muhammad Fakhru Rizky, dan Hanifa Yasin. 2014. *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnnia Sei Mincirim Medan*. Jurnal manajemen dan bisnis Vol. 14, No. 2, 2 Oktober 2014, Hal 139.
- Pane, Dian. 2016. *Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli pada Topjer*. Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Bisnis, Vol 4, No 2, Desember 2016, Hal 167.
- Prakoso, Ario, Zainul A, dan Sunarti. 2016. *Pengaruh Social Media Advertising terhadap Word of Mouth dan Dampak pada Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 4, No.1 , Hal 27.
- Prakoso, Ario, Zainul A, dan Sunarti. 2016. *Pengaruh Social Media Advertising terhadap Word of Mouth dan Dampak pada Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 4, No.1 , Hal 26.

- Salangka, David Billy Martin, , James DD Massie, Jefry LA Tampenawas. 2017. *Pengaruh Kelompok Acuan dan Brand Image terhadap Minat Beli Smartphone*. Jurnal EMBA Vol.5, No.3, Hal 3714-3723.
- Salangka, David Billy Martin, , James DD Massie, Jefry LA Tampenawas. 2017. *Pengaruh Kelompok Acuan dan Brand Image terhadap Minat Beli Smartphone*. Jurnal EMBA Vol.5, No.3, Hal 3714-3723.
- Salangka, David Billy Martin, , James DD Massie, Jefry LA Tampenawas. 2017. *Pengaruh Kelompok Acuan dan Brand Image terhadap Minat Beli Smartphone*. Jurnal EMBA Vol.5, No.3, Hal 3714-3723.
- Susanto, Agus. 2013. *Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati Demak*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Santoso, Devita Agustin, Rezi Erdiansyah, dan Muhammad Adi Pribadi. 2018. *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree*. Prologia, Vol. 2, No. 2, Hal 287
- Supriyadi, Yuntawati Fristin, dan Ginanjar Indra KN. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 3, No.1, Hal 138.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. ALFABETA

