

DAFTAR PUSTAKA

Andy. (2019, November 29). Mengenal Brand Awareness Dan Cara Meningkatkannya. Retrieved from <https://qwords.com/blog/brand-awareness/>

Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian*. Bina Aksara, Jakarta.

Anggi, V. F., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Selebriti Endorser pada Promo Adaaqua terhadap Minat Beli AMDK Merek Aqua dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 di Jawa Tengah dan DIY). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3), 961-974.

Data, B. J. D. S., Data, C. T. P., & Data, D. T. A. (1997). A. Rancangan Penelitian.

Destriyani, R. (2018). *STRATEGI PROMOSI EFEKTIF JAVAFOODIE DALAM MENARIK KHALAYAK INSTAGRAM (Studi Deskriptif Kualitatif Media Sosial Instagram pada Akun Javafoodie)* (Doctoral dissertation, UPN" Veteran" Yogyakarta).

Drahošová, M. & Karovič, V. (2015). The Use of Social Media to Enhance the Efficiency of Marketing Processes in Organizations. International Masaryk Conference for PH.D Students and Young Researchers.

Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Tony, Simanjuntak, "Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004.

Fajriani, A. (2016). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Steak Ranjang Bandung (Studi Kasus Pada Pengguna Instagram di Bandung Tahun 2016).

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Penerbit Qiar Media.

Ghoshal, M. (2019). Social Media as an Effective Tool to Promote Business-An Empirical Study. *Global Journal of Management And Business Research*.

Gilbertson, S. (2018, January 14). Feb. 16, 1978: Bulletin Board Goes Electronic. Retrieved from <https://www.wired.com/2010/02/0216cbbs-first-bbs-bulletin-board/>

Ha, A. (2015). An Experiment: Instagram Marketing Techniques and Their Effectiveness.

Hakim, R. L. (2017). *PENGARUH PROFITABILITAS DAN NON DEBT TAX SHIELD TERHADAP STRUKTUR MODAL (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif dan Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).

Ilham, M. (2020, April 5). Pengertian Sampel Menurut Para Ahli dan Secara Umum. Retrieved from https://materibelajar.co.id/pengertian-sampel-menurut-para-ahli/#1_Sugiyono_2008_118

Instagram users in Indonesia - February 2019. (n.d.). Retrieved from <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2019/02>

Johansson, U., & Eklöf Wallsbeck, F. (2014). Instagram Marketing: When brands want to reach Generation Y with their communication.

Mason, R.D & Douglas A. Lind. 1996. *Teknik Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Purwiantoro, M. H., SW, D. F. K., & Hadi, W. (2016). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM). *EKA CIDA*, 1(1).

Raditya, I. N., & Nancy, Y. (2019, July 24). Sejarah dan Fakta Internet yang Kini 'Menguasai' Dunia. Retrieved from <https://tirto.id/sejarah-dan-fakta-internet-yang-kini-menguasai-dunia-eeV9>

Timilsina, M. (2017). Impacts of social media in restaurant businesses: A case study of restaurants based on Oulu region.

Tjahyadi, R. (2010). Membangun Hubungan Jangka Panjang Pelanggan Melalui Relationship Marketing. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 5(2), pp. 35-45. <https://doi.org/10.28932/jmm.v5i2.231>

Wijayanto, A. (2008). Analisis Korelasi Product Moment Pearson.

