

*Internasional: BMIJ*, 6(1). Hlm. 128-148

- Cheung, M. L.; Pires, G.; Rosenberger, P. J. (2020). "The influence of perceived social media marketing elements on consumer-brand engagement and brand knowledge". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Vol. 32 (3). Hlm. 695-720
- Fahmi, M., Arif, M., Farisi, S., Purnama, N.I.(2020). Peran *Brand Image* dalam Memediasi Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap *Repeat Purchase* pada Fast-Food Restaurant di Kota Medan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 11 (1).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Harahap, M.A., Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*. Vol.7 (2), 13-23
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Leviana, T. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Willingness To Pay Premium Price Melalui Brand Equity Pada Konsumen Estee Lauder. *Jurnal Agora*. Vol. 7(1). Hlm. 1-6
- Nurhalim, A. D. (2020). Pengaruh Citra merek Gojek terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek Covid 19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang). *Jurnal Bina Manajemen*. Vol.9 (1), hlm.17-29
- Rahayu, E.S., Nursanta, E. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee. *Jurnal SOSTECH*. Vol. 3 (1). Hlm. 1-10
- Rosmayanti. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue Melan *Journal on Education*. Vol 5 (03). hlm. 8126-8137
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.

- Suriyanto, E. J., & Utami, L. S. S. (2021). Pengaruh Komunikasi Persuasif melalui Fitur Shopee Live terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Lilybelleclothing). *Prologia* , 5, 382–390.
- Sutrisno, Jodi, I.W.A.G.S , Putra, S.A., Bakhar, M., Hanafiah, A. (2023). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Street Boba. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Vol 4 (1) (2023): 571-578
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta. Andi Offset
- Trisnadewi, I.G.A.M.I, Febianti, Suarmana, I.W.R. (2022).Pengaruh brand image dan iklan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*. Vol.1 (12). Hlm.3626 -3641
- Yadav, M., Rahman, Z. (2017). Measuring consumer perception of social media marketing activities in e-commerce industry: Scale development & validation. *Journal Telematics and Informatics*. Vol. 1. Hlm. 1-14

