

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

- Ardianto, E. (2010). *Metode penelitian untuk Public Relations- Kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: Rektama Media.
- Agus W., Soehadi. 2005. *Effective Branding*. Bandung: PT. Mizan Pustaka
- Charlessworth, A.(2015). *An Introduction to social media marketing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fisher, A. (1986). *Teori-teori komunikasi*. Bandung: CV. Remaja Karya.
- Geneluis, S. (2011). *30-minutes Sosial Media Marketing*. United States: McGraw-Hill.
- Juliandi, A. (2014). *Metodologi penelitian bisnis konsep dan aplikasi*. Medan: Umsu Press.
- Kennedy, J, E, Dermawan, Soemanagara. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Kotler, P. (2006). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12 (terjemahan), Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran Jilid I dan II*. Jakarta: PT Indeks.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknis praktis riset komunikasi cetakan ke-6*. Jakarta: Kencana.
- Martono, N. (2012). *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Rakhmat, J. (2007). *Metode penelitian komunikasi: dilengkapi dengan contoh analistik statistik*. Bandung: Rosdakarya.
- Suliatana, dan Juju. (2011). *Branding promotions with social networks*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Smith, Red. (2010). *Metode social media marketing – protecting your brand online*. London: Huw Morris.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Alfabeta.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide For Brands And Bussiness To Build Cultivate And Measure Success On The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Sarwono, S. W. (2009). *Psikologi sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sangadji, E. M, & Sophiah, (2013). *Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan promosi aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Soegoto, E. S. (2008). *Marketing research*. Jakarta: PT. Media Elex Komputindo.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta.PT. PustakaBaru.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- The Social Media Guru. (2016). *A Practical Guide for a Small Business: Implement an Easy Social Media Strategy to Gain Costumer and Leads with Snapchat, Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, a Blog*. E-book Partnership.
- Tuten, Tracy L. (2008). *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. Greenwood Publishing Group.
- West, R., Turner.,dan Lynn, H. (2008). *Pengantar teori komunikasi analisis dan aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

#### **JURNAL :**

- Afifah, Khansah. (2011). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Tingkat Brand Awareness*.
- Belinda Aretha, Berlian Primadani .(2019). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity Jenius*. Jurnal UPB. Vol 7.
- La, Moriansyah. (2015). *Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences*.

- Mileva, L., & Fauzi, D. A. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE)*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol.58
- Sri Wahyuni, Finna & Anissa. (2019). *Pengaruh Konten Instagram @smrffoodies terhadap minat beli followers*. Jurnal Ilmu Komunikasi Unmul.
- Sulistyowati, F. A. (2015). *Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk Berpengaruh Kepada Brand Attitude*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Brawijaya.
- Triatama, H. Bagus. (2014). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Brand Awareness Produk Perusahaan*.
- Walid. (2010). *Penggunaan Instagram Sebagai Social Media Marketing dalam Membangun Brand Awareness PLATBM1912 di Kota Pekanbaru*. Jurnal Ilmu Komunikasi. 45-54.
- Wikstrom, E., & Wigomo, J. 2010. *Social Media Marketing – What Role Can Social Media Play as Marketing Tool?*. Bachelor Thesis, School of Computer Science, Physics, and Mathematics Linnæus University

#### **SUMBER LAIN :**

- Admin. (2019, November 22). Annual Report Bank BTPN. Jakarta [https://www.btpn.com/pdf/investor/annual-report/en/2019-annual-report\\_pt-bank-btpn-tbk-english-version-.pdf](https://www.btpn.com/pdf/investor/annual-report/en/2019-annual-report_pt-bank-btpn-tbk-english-version-.pdf)
- Claudia, V. N. (2020, februari 24). *Apa kata teman Jenius*. Diakses dari <https://www.jenius.com/highlight/detail/apa-kata-teman-jenius>
- Digital Marketer. (2017, Januari 3). Digitalmarketer.id. Diakses dari <https://digitalmarketer.id/social-media/updatean-terbaru-social-media-instagram-meluncurkan-instagram-stories/>

- IPQI. (2016, April 6) *7C Komunikasi Efektif: Pengertian Komunikasi dan 7C untuk komunikasi dan 7C untuk Komunikasi Efektif* Diakses dari <https://ipqi.org/pengertian-komunikasi-dan-7c-untuk-komunikasi-efektif/>
- Iren, R, A. (2019, Desember 9) *Review: Jenius BTPN, Tabungan Dengan Beragam Keuntungan*. Diakses dari <https://www.cermati.com/artikel/review-jenius-btpn-tabungan-dengan-beragam-keuntungan>
- Jenius. (2019, November 21). *Jenius dan Blibli.com Ajak Digital Savvy Jaga Keamanan Data Pribadi*. Diakses dari <https://www.jenius.com/highlight/detail/jenius-dan-blibli-com-ajak-digital-savvy-jaga-keamanan-data-pribadi>
- Sabda, Awal. (2018, July 16) *Review: Jenius BTPN, Tabungan Dengan Beragam Keuntungan*. Diakses dari <https://blogsabda.com/keuntungan-tabungan-jenius-btpn/Tabungan-Jenius-BTPN-ini-memberikan-banyak-keuntungan-untuk-nasabahnya.-Car-x-Card-,Jenis-abungan-Flexi-saver-Dream-saver-Maxi-saver,Membuka-rekening-secara-online>
- Sekar, P. (2014). *Dulang Sukses Pemasaran Instagram? Ini Strateginya*. Diakses dari <http://www.marketing.co.id/Dulang-sukses-pemasaran-instagram-ini-strateginya/>