

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, (2010) Manajemen Ekuitas Merek, Jakarta : Spektrum Mitra Utama
- Adolf, L. P. M., & Lopian, S. L. H. V. J. (2020). *The Effect Of Social Media Marketing And Word Of Mouth On Purchase Decisions At Coffee Shops In Manado. J.E. Tulung...* 126 Jurnal Emba, 8(1), 126–135.
- Agung, P. Rumus Lemeshow. 2021. Retrieved September 27, 2022, From <https://Serviceacjogja.Pro/Rumus-Lemeshow/>
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- As' Ad, Mochamad Hafezd, And Joni Murti Mulyo Aji. "Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Kedai Kopi Modern Di Bondowoso." *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (J-Sep)* 13.2 (2020): 182-199.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2019). *Marketing : An Introduction (Fourth)*. Pearson. [Www.Pearson.Com/Uk](http://www.pearson.com/uk)
- Avkiran, N. K., & Ringle, C. M. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Recent Advances in Banking and Finance*. Cham: Springer International Publishing AG.
- CV. Noor, J. (2014). *Metode Penelitian*. Kencana Prenada Media Group.
- Daniel, A. J., Parlyna, R., & Yusuf, M. (N.D.). *International Journal Of Current Economics & Business Ventures The Influence Of Promotion, Brand Image And Brand awareness Towards Purchasing Decision Janji Jiwa Coffee. In International Journal Of Current Economics & Business Ventures (Vol. 1, Issue 2)*. <https://Scholarsnetwork.Org/Journal/Index.Php/Ijeb>
- David & Rangkuti, F. (2014). *Manajemen Strategi, Edisi Sepuluh*. Jakarta: Salemba Empat
- Dermawan, E., Sanjaya, A., & Wediawati, T. (2022). *The Effect of Social media marketing and Brand awareness on Purchase Decisions through Purchase Intention in Kopiria. In Pini Discretion Review (Vol. 6, Issue 1)*.
- Fajri, I., Rizkyanfi, M. W., & Ismaya, R. (2021). *The Effect Of Social media marketing On Purchase Decisions With Brand awareness As An Intervening Variables In Praketa Coffee Shop Purwokerto. In Ilham Fajri The Journal Gastronomy Tourism (Vol. 8, Issue 2)*. <https://Ejournal.Upi.Edu/Index.Php/Gastur>
- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2017). *Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. Journal of Business Research, 70, 118–126*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.05.001>
- Ferdinand, P. A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Seri Pustaka Kunci.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (Edisi 3)*.

Muhammad Turtusi Alfarizi, 2022

ANALISIS SOSIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KOPI KENANGAN JABODETABEK)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

- Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (Pls) (Edisi 4)*. In Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. SemarangHarnanto. 2017. *Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis*. Yogyakarta: BPFE.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Abdilah, W & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (Pls) – Alternatif Struktural Equation*
- Hartati, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada Pt. Jafra Cosmetics Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(01).
- Hermawan Kartajaya. 2010. *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kartajaya*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Ivaram, M., Hudaya, A., & Ali, H. (2019). Jakarta Indonesia 3) Senior Lecturer. Universitas Mercu Buana (Umb), 1(2). <https://doi.org/10.31933/dijemss> Jurnal 8. (N.D.).
- Kotler, Philip, Dan K. (2012). *Manajemen Pemasaran (12th Ed.)*. Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Armstrong, G. (2011). *Marketing: An Introduction. In Marketing An Introduction (10th Editi)*. Pesaron
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*.Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga. p125.
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (N.D.). *Diponegoro Journal Of Social And Politic Tahun 2018*, Hal. 1-7 [Http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/](http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/) 1 Pengaruh *Social media marketing, Brand awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang.
- Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta, Cv. Noor, J. (2014). *Metode*
- Made, N., Dewi, P., Imbayani, G. A., Ribek, P. K., Ekonomi, F., Universitas, B., & Denpasar, M. (N.D.). Vol 2 Nomor 2 Februari 2021 28 Pengaruh *Social media marketing* terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-*Social media marketing* Pada Givanda Store Denpasar. [www.Validnews.Id](http://www.validnews.id),
- Marketing An Introduction (10th Editi)*. Pesaron.
- Moleong, L. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. (P. 17). Rosdakary, Pt Remaja.
- Modeling (Sem) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offs

- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nurfauziah, S. F., & Hamdani, N. A. (2019). The Influence of Social Media Against Interest in Buying Kopilogi Products. 3(1), 2021. www.idntimes.com
- Nuvia Ningsih, D., & Wahyu Hidayat Rusno, C. (n.d.). Pengaruh Strategi Promosi Dan Social Media Terhadap Minat Beli Garskin Yang Dimediasi Word of Mouth. In *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)* (Vol. 6). <http://ejournal.unikama.ac.id>
- Pratama, P. R. A. (2012). Pengaruh Penggunaan Selebriti Endorser Pada Iklan Sarimi Versi Dua Terhadap Keputusan Membeli Masyarakat Pada Produk Sarimi (Studi Pada Masyarakat Perum Puri Kartika Asri Arjowinangun, Malang) (Doctoral Dissertation, University Of Muhammadiyah Malang).
Penelitian. Kencana Prenada Media Group.
- P. Cannon, Joseph., William D. Perreault., *E. Jerome McCarthy*. (2012). *16 th edition. Basic Marketing*. New York: Mc Graw-Hill.
- Rahmawati, A. R. (2021). Pengaruh *Social media marketing* dan *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J.Co Donuts And Coffee Kota Samarinda. 9(1), 17–28. www.jcodonuts.com,
R&D. Alfabeta. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*,
Riduwan, A. (2013). Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika. Alfabeta.
- Sanny, L., Arina, A. N., Maulidya, R. T., & Pertiwi, R. P. (2020). *Purchase intention on Indonesia male's skin care by social media marketing effect towards brand image and brand trust. Management Science Letters*, 2139–2146.
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.023>
- Salkind, N. (2012). Random Sampling. *Encyclopedia of Research Design*, 5(1), 15–24. <https://doi.org/10.4135/9781412961288.n364>
- Salsabiela, F. H., Listyorini, S., & Purbawati, D. (2022). BELI KONSUMEN KOPI LAIN HATI WONOSOBO. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.)). Alfabeta.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung:

Muhammad Turtusi Alfarizi, 2022

ANALISIS SOSIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KOPI KENANGAN JABODETABEK)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Remaja Rosdakarya

Tsitsi, E. a. (2013). *The Adoption of Social media marketing in South Africans Banks. European Business Review*, 25:4, 366.

Upadana, M. wahyu K., & Pramudana, K. A. S. (2020). *Brand awareness Memediasi Pengaruh Social media marketing Terhadap Keputusan Pembelian. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1921.

<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p14>

Zd, M., & Bambang. (n.d.). Pengaruh *Brand awareness*, Brand Love dan Brand Trust terhadap Purchase Decision Kopi Spesial Arabica UD. Kupa Pantan Raya Kabupaten Aceh Tengah. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 05, Issue 3). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>