

DAFTAR PUSTAKA

- A. Aaker, D., & McLoughlin, D. (2014). *Strategic Market Management : Global Perspectives Special Edition*. John Wiley & Sons. Ltd.
- A, W. K., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Penelitian Kuantitatif, Metode Penelitian Kuantitatif* (Issue April 2016). Pandiva Buku.
- Annur, C. M. (2022). *Pengguna Media Sosial Terbanyak Pada Bulan Oktober 2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022>
- Apriando, J. P., Soesanto, H., & Indriani, F. (2021). Jurnal sains pemasaran indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XX(3), 241–257.
- Avkiran, N. K., & Ringle, C. M. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling Recent Advances in Banking and Finance*. Springer International Publishing AG.
- Cahayani, C. O., & Sutar. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Aldo Shoes*. 10, 1–15.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education Limited.
- Clyne, G. (2019). *Social Media Marketing Mastery*. Gary Clyne.
- Daga, R. (2017). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017). Global Research and Consulting Institute.
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (Issue August). CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (3rd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Karundeng, N., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 83. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23566.83-90>
- Kennedy, G. (2015). *(Social Media, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram) Grant Kennedy - Social Media_Master Social Media Marketing - Facebook, Twitter, YouTube & Instagram-CreateSpace Independent Publishing Platform (2 (1).pdf*. Grant Kennedy.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of MARKETING*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *MARKETING 4.0*. John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management MARKETING MANAGEMENT Marketing Management. In *Pearson Practice Hall*. Pearson Education Limited.

- Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2021). Marketing Management. In *Pearson* (Vol. 53, Issue 9). Pearson Education Limited.
- Maheswari, S. (n.d.). *Strategies of Facebook Marketing, Instagram Marketing, LinkedIn Marketing, Youtube Marketing*.
- Miller, D. (2020). *Social Media Marketing, 3 books in one: Excellent Tricks to Grow your business, Instagram Marketing to become a famous influencer, Tiktok and You Tube to make Viral Videos*. Dave Miller.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Grasindo 2014.
- Padangpayakumbuah. (n.d.). *Instagram Padang Payakumbuh*.
<https://www.instagram.com/padangpayakumbuh/>
- Putri Tanama, R. B. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. *Liberty, Yogyakarta*.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sadya, S. (2023). *Pengguna Instagram*. DataIndonesia.Id.
<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-ri-terbesar-keempat-di-dunia-pada-awal-2023>
- Setiawan, S. (2023). *Tutorial Analisa parsial model persamaan struktural dengan software SMART-PLS versi 3*. Yayasan Bakti Mulia.
- Sopiah, & Sangadji. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. PT Bumi Aksara.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*. ALFABETA.
- Sulistiyo, T. D., & Fitriana, R. (2020). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image The Bunker Café, Tangerang. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 189. <https://doi.org/10.30736/je.v21i2.512>
- Suwarsih, N., Gunawan, T., & Katolik Parahyangan, U. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Citra Merek Dan Niat Beli Influence of Social Media on Brand Image and Buying Intention. *Business and Accounting*, 4, 712–730.
- Swasty, W. (2016). *Branding : memahami dan merancang strategi merek* (N. N. M. (ed.)). Remaja Rosdakarya 2016.
- Tirpude, R., & Kombade. (2018). *BUSINESS REMODELLING*. Tirpude Institute of Management Education.
- Wibowo, D. U., Yulianto, E., & Sunarti. (2022). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 130–137.
<https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/2605>
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kaunitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. PT Fajar Interpratama Mandiri.