

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. D. (2021). *Pengaruh Terpaan Media Instagram @starbucksindonesia Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Starbucks Cabang Gubeng Surabaya*
- APJII. (2023). Survei Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2023 (diakses pada 25 Mei 2023) <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Bisnis.com (2021). *Booming Kripto, Aplikasi Trading Pintu Miliki 700 Ribu Pengguna Aktif* (diakses pada 2 Februari 2022) <https://market.bisnis.com/read/20211209/94/1475885/booming-kripto-aplikasi-trading-pintu-miliki-700-ribu-pengguna-aktif>.
- Bisnis.com (2022). *Nilai Perdagangan Harian Tokocrypto Melesat hingga 754 Persen pada 2021* (diakses pada 1 Februari 2022) <https://market.bisnis.com/read/20220105/94/1485581/nilai-perdagangan-harian-tokocrypto-melesat-754-persen-pada-2021>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- CnbcIndonesia.com (2021). Investor Kripto RI Diprediksi Bakal Tembus 50 Juta Orang (diakses pada 2 Februari 2022) <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211209135444-37-297973/investor-kripto-ri-diprediksi-bakal-tembus-50-juta-orang>
- CnbcIndonesia.com (2021). *Sah! MDI Ventures Telkom & Binance Bikin Bursa Kripto di RI* (diakses pada 2 Februari 2022) <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211216180608-37-299900/sah-mdi-ventures-telkom-binance-bikin-bursa-kripto-di-ri>
- Erdoğan, İ. E., & Çiçek, M. (2012). The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 1353–1360. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1119>
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hootsuite. (2023). *Digital 2023: Indonesia* (diakses pada 25 Mei 2023) <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Indallah, M. A., Anggraini, R., Yuliaty, K., Putri, S., Komunikasi, D. I., Sosial, F. I., & Jakarta, U. N. (2021). *Media Sosial Instagram @ Grabid Berpengaruh the Influence of Social Media Instagram @ Grabid on*. 6(3), 332–349.

- Jibril, A. B., Kwarteng, M. A., Chovancova, M., & Pilik, M. (2019). The impact of social media on consumer-brand loyalty: A mediating role of online based-brand community. *Cogent Business and Management*, 6(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1673640>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kietzmann, Jan & Hermkens, Kristopher & McCarthy, Ian & Silvestre, Bruno. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*. 54. 241-251.
- Kompas.com (2022). *Bitcoin dkk Makin Digemari, Jumlah Pengguna dan Transaksi Indodax Tumbuh Pesat* (diakses pada 2 Februari 2022) <https://money.kompas.com/read/2022/01/07/170000226/bitcoin-dkk-makin-digemari-jumlah-pengguna-dan-transaksi-indodax-tumbuh-pesat>
- Kontan.co.id (2021). *Perkembangan Pasar Kripto Indonesia Menarik Exchange Global Masuk* (diakses pada 1 Februari 2022) <https://investasi.kontan.co.id/news/perkembangan-pasar-kripto-indonesia-menarik-exchange-global-masuk>
- Kontan.co.id. (2020). *Tokocrypto raih pendanaan dari Binance* (diakses pada 5 Desember 2021) <https://keuangan.kontan.co.id/news/tokocrypto-raih-pendanaan-dari-binance>
- Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Liputan6.com (2022). *Ini Daftar Perusahaan Perdagangan Aset Kripto yang Terdaftar di Bappebti*. (diakses pada 1 Februari 2022) <https://www.liputan6.com/crypto/read/4852753/ini-daftar-perusahaan-perdagangan-aset-kripto-yang-terdaftar-di-bappebti>
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika
- Nakamoto, Satoshi. (2009). Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- R, Sumitha & Beegam.S, Dr.Resia. (2012). Building Brand Loyalty Through Social Media Marketing. *Paripex - Indian Journal Of Research*. 3. 1-2. 10.15373/22501991/July2014/9.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa (2014) Pengantar Ilmu Komunikasi. In: *Komunikasi: Signifikansi, Konsep, dan Sejarah*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryadinatha, R. H., & Hendrawan, Di. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengakses Akun Twitter Garuda Indonesia @IndonesiaGaruda Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 3(2), 1–13.

Suryanto, S., & Purnama Sari, W. (2020). *Pengaruh Terpaan Iklan Pahlawan Top Up Terhadap Brand Loyalty OVO (Survei pada Pengguna OVO usia Dewasa Awal)*.

Sutan Muhammad Hannief, E. M. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Loyalitas Merek Konsumen Warunk Upnormal*. e-Proceeding of Management, 5 (1), 377,