

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmed, M., & Zahid, Z. (2014). Role of Social Media Marketing to Enhance CRM and Brand Equity in Terms of Purchase Intention. *Asian Journal of Management Research*, 4(3), 533-549.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang.
- Charity. Pradiptarini. (2011). Social Media Marketing: Measuring Its Effectiveness and Identifying the Target Market. *UW-L Journal of Undergraduate Research XIV*, 1-11.
- Creeber, G., & Martin, R. (2009). *Digital cultures: Understanding New Media*. Berkshires- England: Open University Press (McGraw-Hill education).
- Diana, P., Suwena, I., & Wijaya, N. (2017). Peran dan Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mendukung Pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan Ubud. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2), 84-92. Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2011. *'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS'*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gordhamer, S. 2009. *4 Ways Social Media is Changing Business*. Retrieved October 23, 2019, from <https://mashable.com/2009/09/22/social-media-business>.
- Gunelius, S. 2011. *30 Minute Social Media Marketing*. United States of America: McGraw & Hill Companies Inc.
- Haerisma, A. S. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran. *Jurnal Al-Amwal*, 10(1), 91- 104.
- Irawan, Handi. 2002. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Jamaludin, dkk. 2015. "Pengaruh Promosi Online dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volumen 21. No 1.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Laksamana, Patria. 2018. *"Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention and Brand Loyalty: Evidence from Indonesia's Banking*

Industry". Journal Internasional Review of Management and Marketing. Volume 8 Issue 1.

- Lenzun, J., Massie, J., dan Adare., D. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal Emba. Vol.2 No.3, Hal.1237-1245.*
- Lievrouw, L. (2011). *Alternative and Activist New Media*. Malden: MA-Polity Press.
- Lu, J., Yao, J., & Yu, C. (2005). Personal Innovativeness, Social Influences and Adoption of Wireless Internet Services via Mobile Technology. *The Journal of Strategic Information Systems, 14(3), 245-268.*
- Mayfield, A. 2008. *What is Social Media*. London: iCrossing.
- Mowen, John C. Dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta.
- Muslim, Abdul W. 2018. Pengaruh Media Sosial, *E-Service Quality* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen . Vol 6 ,No.2, 2018: 145-162*
- Ningsih, C. (2014). Sinergitas Industri kreatif Berbasis Pariwisata Dengan Strategi Pembangunan Industri Nasional Menuju Globalisasi. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure, 11(1), 59-64.*
- Pamungkas, dkk. 2016. "Pengaruh Promosi Di Media Sosial dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang)" *Jurnal Komunikasi. Volume 10. Halaman 145-160.*
- Pane, E. (2014). Tingkat Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Produk Industri Kecil dan Menengah. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, 5(1), 1-15.*
- Raf, M. (2012). Analisis Eksplanatori Faktor Daya Saing Industri Kecil (Studi Pada Sentra Industri Kecil Batik di Kota Jambi). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 14(2), 91-101.*
- Sadilah, E. (2010). Industri Kreatif Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Jantra, V(9), 720-728.*
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Schultz, D., & Peltier, J. (2013). Social Media's Slippery Slope: Challenges, Opportunities and Future Research Directions. *Journal of Research, 7(2), 86-99.*

- Semuel, H., & Setiawan, K. Y. 2018. Promosi Melalui Media Sosial, Brand Awareness, Purchase intention pada Produk Sepatu Olahraga. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47-52.
- Sigala, M. & Marinidis, D. 2009. *Exploring the Transformation of Tourism Firms' Operations and Business Models through the Use of Web Map Services*. Proceedings. European and Mediterra-nean Conference on Information Systems: 1–13. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.527.5404&rep=rep1&type=pdf>.
- Soliha, Muharam. 2017. “Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio”. *Jrnal UNISBANK*.
- Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build*.
- Strauss, J. & Frost, R. 2009. *E-Marketing*. Upper Saddle River, NJ.: Prentice Hall. Inc.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharno. 2010. *Marketing in Practice*. Edisi pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Thoyibie, L. (1 , September 2017). *Psikologi Social Meida*. Retrieved from komunikasi-indonesia.org.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Weber, L. 2007. *Marketing to the Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business*. New Jersey: Wiley.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang. *Jurnal Al Tijarah*, 2(2), 230-257.
- Wuntuan, dkk. 2020. “Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Dream Vape Store”. *Jurnal Productivity*. Volume 1 nomer 5.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. USA: Oreilly Media.
- Zulaica, Santri, dkk. 2016. “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam”. *Jurnal Invasi dan Bisnis*. Volume 4. Hlm 125-136.