

## DAFTAR PUSTAKA

- As'ad, H. A. R., & Alhadid, A. Y. (2014). *Characteristics of social-media marketing strategy and customer-based brand equity outcomes : A conceptual model*.
- Budiyono. (2004). Studi Mengenai Pengembangan Strategi Produk (Studi Kasus Minat Beli Produk Baru TELKOM FLEXI di Surabaya). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 3.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen* (2nd ed.). BP UNDIP.
- Ferdinand, A. (2003). Keunggulan Difeensiasif. *Jurnal Bisnis Startegi*, 12.
- Fikri, C. (2021). *Tiga Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Perekonomian Nasional*. Beritasatu. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/728997/tiga-dampak-pandemi-covid19-bagi-perekonomian-nasional>
- Gunelius, S. (2011). *30- Minute Social Media Marketing*. McGraw-Hill Companies.
- Hariani. (2013). *Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen menggunakan gas LPG*.
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Indonesia*. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kertajaya, H. (2004). *Hermawan Kertajaya on Marketing Mix*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler. (2011). *Manajemen Pemasaran* (B. Sabran (ed.); 13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (1st ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Susanto. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat.
- Maghfiroh, A., Arifin, Z., & Sunarti. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40.
- Meatry, K. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*, 7.
- Mileva, L. (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 Universitas Brawijaya*.
- Mushlihin. (2013). *Memahami Definisi Operasional Dalam Penelitian*.
- Nowlis, S. M., & Simonson, I. (2006). The Effect of New Product Features on Brand Choice. *Journal of Marketing Research*.

- Nugroho, J. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. PT. Kharisma Putra Utama.
- Pham, P. H. ., & Gammoh, B. (2017). *Characteristics of social-media marketing strategy and customer-based brand equity outcomes : A conceptual model*.
- Pradana, T. A. F. (2015). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Jasa Reservasi Hotel Secara Online Pada Situs [www.goindonesia.com](http://www.goindonesia.com). *Jurnal Manajemen Telkom University*, 2.
- Pratiwi, I. S. (2018). PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PT. ARNOTTS INDONESIA DI PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM. *Jurnal Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Restomart. (2019). *5 Macam Jenis Restoran*. <https://restomart.com/5-macam-jenis-restoran-yang-harus-kalian-tahu/>
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14.
- Sahetapy, J. P. (2013). DIFERENSIASI PRODUK, STRATEGI MEREK, PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEUBEL UD SINAR SAKTI MANADO. *Jurnal EMBA*, 1.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2007). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). PT. Indeks.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2015). *Consumer Behaviour Eighth Edition: International Edition* (Y. Rio & Reni (eds.)). Pearson Prentice Hall.
- Simamora, B. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Pustaka Utama.
- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. *Jurnal Liquidity*, 2.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons Inc.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2015). *Social Media Marketing* (2nd ed.). SAGE Publication Ltd.
- Usmara, A. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Amara.
- Vazrun, S., Silvya, M., & Rotinsulu, J. J. (2020). PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PIZZA HUT MANADO TOWN SQUARE. *Jurnal EMBA*, 8.
- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing On The Social Web* (1st ed.). O'Reilly Media, Inc.
- Yeni, F. (2013). Pengaruh Keunggulan Bersaing Diferensiasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada FC di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.