

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Chan, H, & Lee, R. (2004). *E-commerce Fundamental and Applications*, England: Wiley
- Evans, D. 2008. *Social Media Defined*, Canada: Wiley
- Herdiana & Sanusi, A. 2015. *Manajemen strategi pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta: Erlangga.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama
- Keller, K.L. (2008). *Strategic Brand Management*. Jakarta: Elex Media Komputindo. (Edisi ke-2 jilid 1)
- Mamang, E. Sangadji & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis)*. Yogyakarta: Andi
- Purnama, H. 2011. *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Riduwan. (2014). *Dasar-dasar Statistiska*. Bandung: Alfabeta Press
- Safko, L & Brake, D.K. (2009). *The Sosial Media Bible*. United States Of America: John Wiley & Sons, Inc. (Edisi ke-1 jilid 1).
- Sarwono, J., & Budiono, H. (2012). *statistik Terapan Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo
- Setyaningrum, A, Udaya, J, & Effendi. (2015). *prinsip prinsip pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: alfabet

Suryani & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif*, Jakarta: Prenadamedia Group.

Tjiptono, F. 2011. *Service, quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Widodo, D. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Depok: Rajawali Press

Jurnal:

Armas, R & Abdullah. (2015). *Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Brand Awareness Indihome Trile Play*. Universitas Telkom.

Cahyani, L, Trenggana, A, F, M. & Irrawati. (2016) *Pengaruh Social Media Terhadap Brand Awareness*. Universitas Telkom.

Indrajaya, S, C, V. (2013). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Brand Awareness Di Black House Jakarta*. Universitas Binus.

Natalia, I, & Sanjaya, M. (2013). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek (Studi Kasus: Kreavi.com Pada PT. Kibar Kreasi)*. Universitas Binus

Pradiptarini, C. (2017). *Social Media Marketing: Measuring Its Effectiveness and Identifying the Target Market*

Skripsi:

Anisa, W, P. (2016). *Pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia di Televisi dan Brand Equity Tokopedia terhadap Minat Konsumen untuk Menggunakan Tokopedia sebagai Sarana Jual-Beli Online*.

Ardhana, W. (2017). *Pengaruh Komunikasi Media Sosial Terhadap Brand Awareness dan Perceived Quality Indihome*. Universitas Telkom

Santoso, R, P. (2012). *Pengaruh Strategi Media Sosial Terhadap Brand Awareness (Survey Pada Followers Akun Twitter @KompasTV)*. Universitas Telkom.

Sodikin, R, H. (2013). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Equity: Studi Kasus pada Maskapai Penerbangan Air Asia*. Universitas Maranatha.

Web:

Internet World Stats. (2017). *Asia Internet Use, Population Data, and Facebook Statistics-June 2017*. <http://www.internetworldstats.com>

Instagram. (2017). *Faq Instagram*. www.instagram.com/about/faq

Instagram. (2018). *Ads on Instagram*. <https://help.instagram.com>

Republik Pos. (2016). *Profil Tokopedia*. <http://republikpos.com/2016/10/profil-perusahaan-tokopedia-dan-kisah-pendirinya>

Tanuwidjaya, W. (2009). *The Making Of Tokopedia*. <https://www.tokopedia.com/blog/the-making-of-tokopedia/>

Tokopedia. (2009). *Logo Tokopedia*. <https://www.tokopedia.com/brand-asset>