

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, I. L., & Widodo, T. (2019). Peran Brand awarness dan Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Activity Terhadap E-wom dan Komitmen Pelanggan Tokopedia. *E- Journal Of Telkom University*.
- Alma, B., & Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung: Linda Karya.
- Asih, R. R., & Pratomo, L. A. (2018). PERAN MEDIASI E-SATISFACTION DAN E-TRUST TERHADAP E-LOYALTY. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 125-144.
- azhima.id. (2020). *5 Cara mempromosikan website untuk meningkatkan penjualan produk*. Dipetik April 25, 2021, dari [www.azhima.id](http://www.azhima.id): <https://www.azhima.id/cara-mempromosikan-website>
- Bibit. (2020, juni 05). *Selain Youtube Ada Vidio.Com Untuk Tonton Video*. Dipetik April 26, 2021, dari [artikel.bibit.id](http://artikel.bibit.id): <https://artikel.bibit.id/teknologi1/selain-youtube-ada-vidiocom-untuk-tonton-video>
- binus.ac.id. (2017, Januari 1). *pentingnya mengelola hubungan dengan pelanggan*. Dipetik November 28, 2020, dari [binus.ac.id](http://binus.ac.id): <https://binus.ac.id/malang/2017/01/pentingnya-mengelola-hubungan-dengan-pelanggan-dalam-bisnis/>
- Chae, H., & Ko, E. (2016). Customer social participation in the social networking services and its impact upon the. *Journal of Business Research*, 1-9.
- Chen, S. C., & Lin, C. P. (2019). Understanding the effect of social media marketing activities: The mediation of social identification, perceived value, and satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*, 22-32.
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Grup Penerbit CV Budi Utama.
- Databoks. (2020, September 2018). *Layanan Streaming Mulai Menggeser Televisi Konvensional*. Dipetik juli 10, 2021, dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id): <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/22/layanan-streaming-mulai-menggeser-televisi-konvensional#>
- Dewi, N. S. (2020, Juni 2). *Peningkatan Pengalaman Pengguna Streaming Video Seluler Nasional Indonesia*. Dipetik Juli 10, 2021, dari [digination.id](http://digination.id): <https://www.digination.id/read/016415/peningkatan-pengalaman-pengguna-streaming-video-seluler-nasional-indonesia>

- Dwivedi, Y. K., Kapoor, K., & Chen, H. (2015). Social media marketing and advertising. *The Marketing Review*, 289-309.
- economy.okezone. (2018, Februari 20). *Pelaku Usaha Industri Media Tak Perlu Takut Bersaing di Era Digital*. Dipetik April 25, 2021, dari economy.okezone.com:  
<https://economy.okezone.com/read/2018/02/20/320/1862215/pelaku-usaha-industri-media-tak-perlu-takut-bersaing-di-era-digital>
- Erdini, N., & Susilo, W. H. (2015). PENGARUH KUALITAS DAN PROMOSI WEBSITE TERHADAP SIKAP. *Jurnal MIX*, 452 – 465.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Genadi, Y. D., & Fukan, M. L. (2020). PENGARUH INFORMATIVENESS, ENTERTAINMENT, DAN IRRITATING TERHADAP ATTITUDE TOWARD SOCIAL MEDIA ADVERTISING PADA MASYARAKAT KOTA MATARAM. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram*, 186-197.
- Ghozali, I., & Fuad. (2017). *Structural Equation Modeling :Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 9*.
- Godey, B., Manthiou, A., Pedorzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., et al. (2016). Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior. *Journal of Business Research*, 5833–5841.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective. (7th Edition)*. Pearson Education.
- Hidayat, A. K., & Martini, E. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Lazada. *e-proceeding of management*, 373-380.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- internetmarketing.co.id. (2014, Desember 9). 5 KEUNTUNGAN MENGGUNAKAN ONLINE ADVERTISING. Dipetik November 27, 2020, dari internetmarketing.co.id: <http://internetmarketing.co.id/5-keuntungan-menggunakan-online-advertising/>

- Irawan, A. D., & Hadisumarto, A. D. (2020). Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Terhadap Brand Trust, Brand Equity, dan Brand Loyalty Pada Platform Social Media Instagram. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*, 44-58.
- Ismail, A. R. (2017). The influence of perceived social media marketing activities on brand loyalty The mediation effect of brand and value consciousness. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 1-31.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 1480–1486.
- Kompas.com. (2021, Februari 24). *Pengguna Internet Indonesia Tembus 200 Juta, Hampir Semua "Online" dari Ponsel*. Dipetik April 25, 2021, dari [tekno.kompas.com](https://tekno.kompas.com):  
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/07020097/pengguna-internet-indonesia-tembus-200-juta-hampir-semua-online-dari-ponsel>
- Latan, H. (2012). *Structural Equation Modeling: Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program LISREL 8.80*. Bandung: Alfabeta.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 357-365.
- Millah, S. (2019, Juni 08). *Geliat Konten Platform Video Streaming*. Dipetik April 25, 2021, dari [lifestyle.bisnis.com](https://lifestyle.bisnis.com):  
<https://lifestyle.bisnis.com/read/20190608/254/931877/geliat-konten-platform-video-streaming>
- Napitupulu, D. B. (2016). Evaluasi kualitas website universitas XYZ dengan pendekatan Webqual Evaluation of XYZ university website quality based on Webqual approach. *Buletin Pos dan Telekomunikasi*, 51-64.
- noxinfluencer. (2021). *Analisis Vidio.com*. Dipetik april 14, 2021, dari [noxinfluencer.com](https://id.noxinfluencer.com):  
<https://id.noxinfluencer.com/youtube/channel/UCdmIbbRekb8q05LV9ZejzsA>
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sano, K. (2015). An empirical study the effect of social media marketing activities upon customer satisfaction, positive word-of-mouth and commitment in indemnity insurance service. *Proceedings International Marketing Trends Convergence*.

- Seo, E. J., & Park, J. W. (2018). A study on the effects of social media marketing activities on brand equity and customer response in the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 36-41.
- Setiadi, A. (2016). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Singgih, S. (2014). *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 22*. Jakarta: Kompas Gramedia, Anggota KAPI.
- Stojanovic, I., Andreu, L., & Perez, R. C. (2017). Effects of the intensity of use of social media on brand equity An empirical study in a tourist destination. *European Journal of Management and Business Economics*, 83-100.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tabbane, R., Jaloulli, R., & Koubaa, Y. (2014). n the use of structural equation modeling in marketing image research. *Rectrieved Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Vardila, F., & Widodo, T. (2020). PERAN BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE DALAM MEMEDIASI PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITY TERHADAP E-WOM DAN KOMITMEN PELANGGAN BUKALAPAK. *E-Journal Of Telkom Universit*.
- Voorveld, H. A., Noort, G. V., & Duijn, M. (2013). Building brands with interactivity: The role of prior brand usage in the relation between perceived website interactivity and brand responses. *Original Article*, 608-622.
- Wethi, K. T., & Freedlina, K. Q. (2020). ANALISIS VALUE EQUITY, RELATIONSHIP EQUITY, DAN BRAND EQUITY PADA STRATEGI PEMASARAN OBJEK WISATA DANAU BUYAN DI PROVINSI BALI BERBASIS SOCIAL MEDIA MARKETING. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 12-19.
- Widodo, T. (2015). The effect of transformative IT capability on sustainable competitive advantage. *International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)*, 352–357.
- Wijayanto, S. H. (2008). *Structural Equation Modelling*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yadav, M., & Rahman, Z. (2018). The influence of social media marketing activities on customer loyalty A study of e-commerce industry. *Benchmarking: An International Journal*, 3882-3905.

Zollo, L., Filieri, R., Rialti, R., & Yoon, S. (2020). Unpacking the relationship between social media marketing and brand equity: The mediating role of consumers' benefits and experience. *Journal of Business Research*, 256-267.