

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Keller, K. L. (1990). Consumer evaluations of brand extensions. *Journal of marketing*, 54(1), 27-41.
- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analysing the effect of social media on brand attitude and purchase intention: The case of Iran Khodro Company. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 143, 822-826.
- Alatas, S. L., & Tabrani, M. (2018). Pengaruh celebrity endorser terhadap purchase intention melalui brand credibility. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 9(1).
- Arifin, S. (2011). Pengaruh Kepercayaan, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel jepara indah. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 8(1).
- Arikunto, S., & Jabar, C. S. A. (2014). Evaluasi Program Pendidikan: pedoman teoritis praktisi pendidikan.
- Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. *Journal of marketing research*, 43(3), 345-354.
- dalam Solis, C. H. (2010). Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web. *New Jersey, Canada*.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen.
- Ghozali, I. (2006). Structural Equation Medeling; Metode Alternatif dengan PLS. *Badan Penerbit Undip. Semarang*.
- Hu, Y., & Kim, H. J. (2018). Positive and negative eWOM motivations and hotel customers' eWOM behavior: Does personality matter? *International Journal of Hospitality Management*, 75, 27-37.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Keller, K. L., & Lehmann, D. R. (2006). Brands and branding: Research findings and future priorities. *Marketing science*, 25(6), 740-759.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*: Pearson Boston, MA.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Kudeshia, C., & Kumar, A. (2017). Social eWOM: does it affect the brand attitude and purchase intention of brands? *Management Research Review*.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Nitisusastro Mulyadi, H. (2012). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan: Cetakan Kesatu*. Alfabeta, CV. Bandung.
- Purwianti, L., & Lukito, Y. R. D. (2014). Analisis Pengaruh City Branding Kota Batam Terhadap Brand Attitude (Studi kasus pada stakeholder di Kota Batam). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 14(1).
- Ridgway, J. L., & Clayton, R. B. (2016). Instagram unfiltered: Exploring associations of body image satisfaction, Instagram# selfie posting, and negative romantic relationship outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(1), 2-7.
- Schivinski, B., & Dabrowski, D. (2014). *The consumer-based brand equity inventory: scale construct and validation*. Retrieved from
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6 Buku 1*.
- Sugiono, M. (2017). Pengaruh penggunaan bahan ajar e-book interaktif, pemahaman analisis transaksi dan intensitas latihan soal terhadap hasil belajar siswa pada materi jurnal khusus akuntansi perusahaan dagang kelas XI SMK Negeri 2 Buduran Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 5(3).
- Sugiyono, B. (2018). *Pengaruh Arang Aktif Bambu Terhadap Karakteristik Pematangan dan Sifat Mekanik Karet Peredam Goncangan Kendaraan Bermotor: Indonesian Ministry of Industry*.
- Sugiyono, F. (2017). *Instrumen Pengendalian Moneter: Operasi Pasar Terbuka (Vol. 10): Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia*.
- Sugiyono, S., Sutarman, S., & Rochmadi, T. (2019). Pengembangan sistem computer based test (CBT) tingkat sekolah. *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI)*, 2(1), 1-8.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS untuk Penelitian*.

- Suryani, S., & Hendryadi, H. (2015). A developing model of relationship among service quality, consumer satisfaction, loyalty and word of mouth in Islamic Banking. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 7(1), 45-58.
- Wiyono, R. (2011). Studi Pembuatan Serbuk Effervescent Temulawak (Curcuma xanthorrhiza Roxb) Kajian Suhu Pengering, Konsentrasi Dekstrin, Konsentrasi Asam Sitrat dan Na-Bikarbonat. *Teknologi Pangan: Media Informasi dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*, 1(1).
- Wu, J., Liu, W., Ge, J., Zhang, H., & Wang, P. (2011). New sensing mechanisms for design of fluorescent chemosensors emerging in recent years. *Chemical Society Reviews*, 40(7), 3483-3495.
- Yasin, M., Rajendran, J. J., Sinanoglu, O., & Karri, R. (2015). On improving the security of logic locking. *IEEE Transactions on Computer-Aided Design of Integrated Circuits and Systems*, 35(9), 1411-1424.
- Yaylı, A., & Bayram, M. (2012). E-WOM: The effects of online consumer reviews on purchasing decisions. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 7(1), 51-64.
- Yayuk, S., & Sugiyono, S. (2019). Pengaruh kepemimpinan kepala sekolah dan biaya pendidikan terhadap kualitas proses belajar mengajar dan dampaknya dengan kompetensi lulusan SMK di kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 7(1), 84-96.

Website

Andi (2022) <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Datareportal (2022) <https://datareportal.com/essential-instagram>

Datareportal (2022) <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

Databoks (2022) <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>

Blogger Finansial (2022) <https://www.receh.in/2022/02/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia.html>

Traveloka (2022) <https://www.traveloka.com/id-id/about-us>