

## DAFTAR PUSTAKA

- Aksiomatik. (2019, Oktober 2). *Uji Validitas Menggunakan Korelasi Pearson SPSS*. Dipetik November 5, 2021, dari Aksiomatik: <https://www.aksiomatik.web.id/2019/10/uji-validitas-menggunakan-korelasi.html>
- Athar, & Herman. (2018). Pengembangan Model Social Media Marketing Dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*.
- Dani, A. (2021, maret 9). *Materi Skala Likert Lengkap dengan Contohnya*. Retrieved from WikiElektronika.com: <https://wikielektronika.com/skala-likert/>
- Fatkurohim. (2009, Agustus 19). *Sampling Penelitian*. Dipetik Oktober 29, 2021, dari Asfa Wordpress: <https://asfa.wordpress.com/2009/08/19/sampling-penelitian/>
- Fauzi. (2016). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI SOCIAL MEDIA MARKETING ER-CORNER BOUTIQUE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gama Statistika. (2019, September 20). *Jenis Jenis Teknik Sampling dalam Penelitian*. Dipetik Oktober 31, 2021, dari Gama Statistika: <https://gamastatistika.com/2019/09/20/jenis-jenis-teknik-sampling-dalam-penelitian/>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. B. (2010). *Multivariate Data Analysis*. United States: Pearson.
- Himawan, Baihaqi, & Hakim. (2015). PERANCANGAN SOCIAL MEDIA MARKETING BAGI DINAS PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN DALAM MEMPROMOSIKAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SURABAYA. *JURNAL TEKNIK ITS*.
- Moriansyah. (2015). PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL: ANTECEDENTS DAN CONSEQUENCES SOCIAL MEDIA MARKETING: ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 19 No.3*.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana.
- Mulachela. (2021, Agustus 25). *UMKM Adalah: Ciri, Peran, dan Faktor Perkembangannya*. Retrieved from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/sortatobing/finansial/6125bb463f83b/umkm-adalah-ciri-peran-dan-faktor-perkembangannya>
- Purbohastuti. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa EKONOMIKA*.
- Raharjo. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention melalui Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi pada Lazada. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Raharjo, S. (2021, Februari 19). *Cara Melakukan Analisis Regresi Multiples (Berganda) dengan SPSS*. Dipetik November 5, 2021, dari SPSS Indonesia: <https://www.spssindonesia.com/2014/02/analisis-regresi-multipes-dengan-spss.html>
- Sarwono. (2011). Mengenal Path Analysis : Sejarah, Pengertian dan Aplikasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen* , 285-296.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2011). *Research Methods for Business A Skill Building Approach*. United Kingdom: Wiley.
- Stevina, Karina, & Brahmana. (2015). PENGARUH BRAND IDENTITY TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI TRUST DI UD.

MAKIN HASIL JEMBER. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN  
PETRA Vol. 3 No. 1.*

Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*  
Bandung: ALFABETA.

Sujarweni, W. V. (2014). *SPSS untuk Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sulistiyo, Fitriana, & Lee. (2020). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image The Bunker Cafe, Tangerang. *Jurnal Eksbis, analisis, prediksi, dan informasi.*

Upadana, & Pramudana. (2020). BRAND AWARENESS MEMEDIASI PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 5 Universitas Udayana.*