

## DAFTAR PUSTAKA

- 2019, T. 1. (n.d.). *Beauloye, Florine Eppe*. Retrieved from <https://luxedigital.business.digital-luxury-ranking/most-popular-luxury-brands/>.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anizir, & Wahyuni, R. (2017). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image Perguruan Tinggi Swasta Kota Serang.
- Derista, A., & Rostika, R. (2019). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Response.
- Durianto. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., & Singh, R. (2019). Social Media Marketing Efforts Of Luxury Brands: Influence On Brand Equity And Consumer Behavior. *JBR-09187; No Of pages 9*.
- Hasibuan, M. S. (2016). *Manajemen Dasar, Pengertian Dan Masalah*. Jakarta: Edisi Revisi Bumi Aksara.
- Imron, A. S., Wardani, N. H., & Rokhmawati, R. I. (2018). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Transportasi Online (Go-Jek Indonesia). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Vol.2 No. 9 September 2018*, hlm 2570-2578.
- Kinanti, S. P., & Putri, B. P. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*, Hal 53-64.
- Kotler, P., & Armstrong. (2002). *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen, 15th Edition New Jersey*. Pearson Prentice Hall, Inc.
- Metta, R. (2017). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*.
- Mulyono, A. A., & Irjayanti, M. (2014). *Manajemen*. Bandung: Mardika Group.

- Noviani, A., & Tanoto, S. R. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity Pada Brand Fashion Zara, H&M, Pull&Bear Stradivarius Di Surabaya. *Agora: Volume 7. No : 1, 2019.*
- Rizal, V. Z., & Lubis, E. E. (2014). pengaruh Social Media Marketing Twitter Terhadap Terbentuknya Brand Image Restoran Burger Gaboh Pekanbaru. *Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru.*
- Sebayang, M. K. (2012). Hubungan Pengaruh Ekuitas Merek Tupperware Terhadap Konsumen Yang Membayar Harga Premium Pada Dealer Home Parti Di Kota Medan.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&d.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Syaeful, J. N., & Sulaiman. (2018). Pengaruh Upaya Pemasaran Media Sosial Terhadap Tanggapan Konsumen Yang Dimediasi Ekuitas Merek Pada Pengguna Produk Miniso Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, hlm 29-37.