

DAFTAR PUSAKA

- Aristan, I. D. (2019, august 12). *kata data*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesi>
- McKee, D. e. (2010). *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*.
- Sugiarto, D. d. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Merek dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto. (2004). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku. *Nasional*.
- Librianty, A. (2017, April 27). *Instagram kantong 700 Juta pengguna*. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/teknoread/2933354/instagram-kantong-700-juta-pengguna>
- Putri, M. A. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Merek. 53.
- Ummanah, N. A. (2021). Dampak Komunikasi Psiko-sosial Era Informasi Social media pada generasi Milenial. *Komunikologi.esaunggul.co.id*.
- Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran (2nd ed.)*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: CV. alfabeta.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ferdinand. (2022). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*, Semarang. Tangerang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam, G. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social media marketing*. New York: McGraw Hill.
- Chary. (2014). *Social Media Marketing-The Paradigm Shift in International Marketing* (Vol. 16:9). OSR Journal of Business and Management.

- Cahyani, K. &. (2016). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Semarang: Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia.
- Saputro, R. Y. (2016). *pengaruh Brand Awareness, perceived quality dan price terhadap keputusan pembelian Honda Vario 125 di dealer astra honda semarang*.
- Turner, R. W. (2009). *Pengantar Teori Komunikasi (jilid 3)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McLuhan, M. (1965). *Understanding Media*. New York: Mentor.
- Suyanto, B. (2006). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Harrison, L. (2009). *Metode penelitian politik*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2013). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2000). *strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management*. Jakarta: Pren Hallindo.
- Suminto, H. (2022). Pemasaran blak-blakan. *Inter Aksara*, 20.
- Mursyid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Moriansyah. (2015). *Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences*.
- S, N. (2011). Social Media and It's Role in Marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*,.
- Neti, S. (2011). Social Media and It's Role in Marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*.
- Kumara, D. (2016). *Strategi Promosi Media Sosial Youtube Dan Instagram Pada Produk Simcard Loop PT.Telkomsel*. Surabaya: universitas airangga.

- Skoric, M. e. (2016). Social media and citizen engagement: A meta- analytic review'. *New Media and Society*.
- Sugiyono. (2014). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. bandung: Alfabeta.
- Uyung, S. (2007). *Integratet Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Morisan. (2010). *Periklanan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Keller, K. d. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Buchori, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Hamdani, L. d. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Selemba Empat.
- Kotler, P. (2022). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Gelder, S. (2005). *Global brand strategy*. London: Kogan page.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

LAMPIRAN DOKUMENTASI WAWANCARA



Muh. Reda
Marketing Communcation
PT Astra Motor SulSel



Shadiq
User Honda dan Followers @hondajagoanku



Alif Rangga
User Honda



Fian Rinaldy
Founder Masa Kreatif