

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). The brand relationship spectrum: The key to the brand architecture challenge. *California Management Review*, (4), 8–23. <https://doi.org/10.2307/41166051>
- Alfina, A., Khoirina, M. M., & Nastiti, T. A. (2020). Pelatihan Digital Marketing bagi Entrepreneur Di Kota Gresik. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 797–804. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i6.166>
- Aqsa, M. (2015). Pengaruh Kredibilitas Perusahaan Dan Public Figure Dalam Periklanan Online Terhadap Sikap Konsumen. *BALANCE: Economic, Business, Management and ...*, XIV(1), 57–71. Diambil dari <http://103.114.35.30/index.php/balance/article/view/1301>
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai : Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3), 8920–8928. Diambil dari <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400>
- As'ad, H. A.-R., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan The Influence of Social Media on the Domestic Tourist's Travel Motivation Case Study : Kota Tua Jakarta, Indonesia. *The Influence of Social Media on the Domestic Tourist's Travel Motivation Case Study : Kota Tua Jakarta, Indonesia*, 3(Corrent Journal of Applied Sciences and Technology, ISSN;-24571024, 09), 334–345.
- Basu, Swastha, & I. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Darmadi Durianto. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitingjak, T. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Freddy Rangkuti. (2004). *The Power of Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Goldsmith, R. E., Lafferty, B. A., & Newell, S. J. (2000). The Influence of Corporate Credibility on Consumer Attitudes and Purchase Intent. *Corporate Reputation Review*, 3(4), 304–318. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540122>
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing CustomerBased

- on Brand Equity. *Journal of Marketing*, vol 57 No., 1–22.
- Kotler dan Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1* (Edisi keti). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1 da). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (Bahasa Ind). Jakarta: Rajawali.
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 25.
- Lidyawatie. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (alfabeta, Ed.). Bandung.
- Malik, M. E., Muhammad, M. G., Hafiz, K. I., Riaz, U., ul Hassan, N., Mustafa, M., & Shahbaz, S. (2013). The impacts of Brand Awareness (brand love, brand equity) in the consumer's loyalty and the customer's purchase intentions. *the Development and Testing of Alternative Models in the Automotive Sector.*, 4(2), 167–171.
- McCarthy, E. J. dan W. D. P. J. . (2002). *Dasar-dasar Pemasaran* (Edisi Baha). Jakarta: Erlangga.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku Konsumen. *Jakarta : Erlangga*, 90. Diambil dari [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13765/5/BAB II.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13765/5/BAB%20II.pdf)
- NOVILA MILEVA, D. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi Pada Masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 446–452.
- Philip Kotler & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 j). Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2004). *Manajemen Pemasaran Aplikasi di Bidang Bisnis*. (PT. Raja Grafindo Persada, Ed.). Jakarta.
- Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Teknik Its*, 6(1), 217–221.
- Schiffman, L. G. dan L. L. K. (2006). *Perilaku Konsumen*. (Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip, Ed.) (Edisi ke 7). Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

- Sugiyono. (2013a). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Thoyibie, L. (2010). Psikologi Social Media. Diambil dari <http://komunikasi-indonesia.org/>
- Winadi, J. S. (2017). Hubungan Word of Mouth dengan Brand Awareness Teh Kotak. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(1), 1–12.
- Yaseen, S. &, & Mazahir, I. (2019). Impact of Corporate Credibility, Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty on Purchase Intention in the Telecommunication Sector of Karachi. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 12(1), 86–100.

Internet :

Portal web Bibit

<https://bibit.id/id>

diakses pada 15 januari 2023

Data pengguna internet di Indonesia

<https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%2010%2C03%20juta%20pengguna>

diakses pada 15 Januari 2023

Data Jumlah Reksa dana di Indonesia Tahun 2022

<https://dataindonesia.id/keuangan/detail/jumlah-reksa-dana-di-indonesia-capai-2193-hingga-agustus-2022>

diakses pada 20 Maret 2023

Berita perusahaan Bibit

<https://www.trenasia.com/sempt-jadi-perusahaan-dengan-pengelolaan-karyawan-terbaik-bibit-kini-phk-30-40-pekerjanya>

diakses pada 25 April 2023