

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmat Zakarija. 2010. Theory of Planned Behaviour, Masihkah Relevan?. Diunduh dari <http://zakarija.staff.umm.ac.id>
- Adi, Rifqi Purwo. 2013. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi". *Management Analysis Journal* 2 (1).
- Ajzen, Icek. 1991. *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior And Human Decision Processes* 50, 179-211. Amherst: Academia Press.Inc.
- Ajzen, Icek, 2005, *Attitudes, Personality and Behavior*, (2nd edition), Berkshire, UK: Open University Press-McGraw Hill Education.
- American Marketing Association. 2004.
- Ardiani, Erwinda, dan Murwatiningsih. 2017. "Membangun Loyalitas Konsumen melalui Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen". *Management Analysis Journal* 6 (3).
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Christian Gronroos. 1993. A service quality model and its marketing implications. *European journal of marketing*.Vol 18, no 4.
- ElAydi, H. O. (2018). The Effect of Social Media Marketing on Brand Awareness through Facebook: An Individual-Based Perspective of Mobile Services Sector in Egypt. *OALib*, 05(10), 1–5. <https://doi.org/10.4236/oalib.1104977>
- Fuchs, C. (2008). *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*. New York: Routledge.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali ,I., & Laten. H (2015). *Partial least square: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0* (2nd ed). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grant, R. (2021). *Menggunakan Sosial Media Marketing Untuk Memerluas Target Pasar*. Diambil 29 Maret 2021, dari <http://bariteritonline.com/menggunakan-sosial-media-marketing-untuk-memerluas-target-pasar>.

- Gunelius, Susan. 2011. 30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hair J.F., et al. 2010. Multivariate Data Analysis. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hassan, S. H., Ramayah, T., Mohamed, O., & Maghsoudi, A. (2015). E-lifestyle, customer satisfaction, and loyalty among the generation Y mobile users. *Asian Social Science*, 11(4), 157–168. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n4p157>
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi, Bandung : Aditama.
- Jackson, N. (2011) Infographic: Using Social Media to Build Brand Loyalty. Retrieved from: <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2011/07/infographic-using-social-media-to-build-brand-loyalty/241701/>
- Jogiyanto. 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi.
- Jurriens, E., & Tapsell, R. (2017). Digital Indonesia: Connectivity and Divergence. ISEAS - Yusof Ishak Institute.
- Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler dan Armstrong. 2001. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Laksono, A. T. (2020). Pengaruh E-Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Generasi Z di Yogyakarta.
- Leggatt, H. (2010) Rebuild Brand Loyalty with Social Media. Retrieved from: <http://www.bizreport.com/2010/08/price-sensitive-shoppers-still-seeking-out-deals.html>
- Margono, 2004, Metodologi Penelitian Pendidikan, Jakarta : Rineka Cipta.
- Mullins Jhon W, C. Orville, Jean-Claude Larreche, dan Harper W Walker Boyd. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Murwatiningsih dan Apriliani, Erin Puri. 2013. “Apakah Kepercayaan Konsumen Lebih Efektif daripada Resiko dan Harga?”. *Jurnal Dinamika Manajemen* 4 (2): 180-187.
- Oktriyanto, B., Listya Budiarto, G., Oktavianus Siahaan, S., & Sanny, L. (2021). Effects of Social Media Marketing Activities Toward Purchase Intention Healthy Food in Indonesia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(10), 6815–6822.
- Olson, Peter. 1993. Consumer Behavior and Marketing Strategy. Richard D. Third Edition: Boston: Irawan Inc.

- Panigoro, A., Rahayu, A., & Gaffar, V. (2018). Analisis E-lifestyle dan E-Word Of Mouth terhadap Repurchase Intention Secara Online (Survei pada pelanggan produk fashion online Berrybenka di Fan Page Instagram). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 25–33.
- Putra Ramdhan Rizky, Z. H. (2022). Komunikasi Pemasaran Layanan Video Streaming Dan On Demand Mnc Group (Studi Kasus: Aplikasi Rcti+). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* , Vol .6.
- Rahayu, Saptani. 2015. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Minuman Jamu Gendong di Surakarta. *Jurnal Bhirawa*. Vol. 2, No. 2.
- Safko, L., & D.K. Brake, (2009). *The Social Media Bible*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sangadji dan Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso, Septiadi dan Hening Widi Oetomo. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 2, No. 6.
- Sari Artika Pradnya Ni Putu, I. G. (2021). Motif Dan Kepuasan Netflix Sebagai Media Streaming Di Kalangan Remaja Kota Denpasar. 1
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Supriyanto, A. (2013). Analisis penggunaan teknologi internet (sosial media) dalam sistem pemasaran online untuk meningkatkan kepuasan dan pembelian berulang pada bisnis jersey bola online (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Tahir Fizza, A. N. (2023). Impact of Social Media Advertising on Purchase Intention: Mediation of Advertising Literacy, Influencer Review, E-Lifestyle and Brand Awareness. *Journal of Policy Research* , 9(1).
- Wafa, M. N. S. U., Wahono, B., & Millanintyas, R. (2020). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Loyalitas Konsumen dengan Customer Behavior Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Brewog Sound System Blitar). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(19).
- Wahanani, H. E., Saputra, W. S. J., & Freitas, E. M. F. (2018). Performance analysis of video on demand and video streaming on the network MPLS Traffic Engineering. *International Journal of GEOMATE*, 15(50), 141–148. <https://doi.org/10.21660/2018.50.IJCST33>
- Wibowo, Lili Adi dan Donni Juni Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

- Yadav, M. and Rahman, Z., 2017. Measuring consumer perception of social media marketing activities in e-commerce industry: Scale development & validation. *Telematics and Informatics*, 34(7), pp.1294-1307.
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033–1041. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>