

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, G. M. (2015). Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen *Sugar Tribe*. Skripsi. Tidak dipublikasikan. Bandung: Universitas Telkom.
- Armas, R. (2015). Pengaruh *Social Media Twitter* Terhadap *Brand Awareness*. Skripsi. Tidak dipublikasikan. Bandung: Universitas Telkom.
- Attribution, C. (2014). Profil Pengguna *Internet* Indonesia 2014. Diambil dari: <http://www.slideshare.net/internetsehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2014-riset-oleh-apjii-dan-puskakom-ui>. Diakses pada tanggal 16 Desember 2015.
- Bagus, Hansel Triatama (2015). Pengaruh *Social Media* Terhadap *Brand Awareness* Produk Perusahaan.
- Baranidharan, & G. Arockiaraj. (2012). “*Impact Of Social Media On Brand Awareness For Fast Moving Consumers Goods*”.
- Chairani, N.P., dan Ulani Yunus. (2015). Analisis Hubungan Antara Media Sosial Dan Kesadaran Merek. *Journal Communication*. Volume 6 No. 1.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press
- Erdogmus, I. E., dan Mesut Cicek. (2012). *The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty. International Strategic Management Conference*. Vol. 58.
- Evans, Dave. (2008). *Social Media Marketing An Hour A Day*, Wiley Publishing, Inc : Canada
- Facebook HijUp.com. (2015). *Account Facebook HijUp.com*. Diambil dari: <https://www.facebook.com/HijUp.com/>. Diakses pada tanggal 16 Desember 2015.
- Hamid, N. R, dkk. (2012). *Social Media: An Emerging Dimension of Marketing Communication. Journal of Management & Marketing Research*. Vol. 12, p4.
- Hutter, K, dkk. (2013). *The impact of user interactions in social media on Brand awareness and purchase intention:the case of MINI on Facebook*.

Journal of Product & Brand Management. Vol 22 Iss 5/6 pp 342-351.
Retrieved from Emerald Insight.

HijUp.com. (2015). Diambil dari: <https://www.HijUp.com/>. Diakses pada tanggal 16 Desember 2015.

Iman, Daniel, dkk. (2015). Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 24 No. 1.

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informatika*. Bandung: PT Refika Aditama.

Irfan, Muhamad. (2014). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Twitter Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Stike! Courier Di Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 2: Hal 28-38.

Kaplan, A. M., dan Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), pp. 59-68

Kotler, P., dan Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). London: Pearson Education.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall : New Jersey.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education International : New Jersey.

Marketing. (2014). *Strategi Bersaing HijUp.com di Pasar Ecommerce*, [online]. <http://www.marketing.co.id/strategi-bersaing-hijup-com-di-pasar-ecommerce/>.

Muttaqien, H.M. (2015). Dampak Komunikasi melalui Sosial Media Dan Media Tradisional Dalam Membentuk *Brand Equity* Dan Mempengaruhi Minat Beli Pada Smartphone Di Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah*. Vol. 4 No.1.

Noviandari, L. (2015). Statistik Pengguna Internet dan Media Sosial Terbaru 2015. Diambil dari: <https://id.techinasia.com/talk/statistik-pengguna->

internet-dan-media-sosial-terbaru-2015. Diakses pada tanggal 24 Desember 2015.

Noviandari, L. (2015). [INFOGRAFIS] Statistik Pengguna *Internet* dan Media Sosial Terbaru di Indonesia. Diambil dari: <https://id.techinasia.com/talk/statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-terbaru-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 16 Desember 2015.

Prakoso, N. (2015). Pengaruh Penggunaan *Social Media* Terhadap *Brand Awareness* Merek *Smartphone*. *Skripsi*. Tidak dipublikasikan. Bandung: Universitas Telkom.

Puntoadi, Danis, 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Social Media, PT Elex Komputindo, Jakarta

Priyatno, Duwi. (2014). SPSS: Pengolahan Data Terpraktis. Yogyakarta: CV. Andi Offset

Putri, M. N. (2014). Pengaruh *Social Media* Terhadap Tahapan Pembentukan *Brand Awareness* XL Sebagai Penyedia Jasa Layanan *Mobile Internet*. *Skripsi*. Tidak dipublikasikan. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

Rizal, Z. V. (2014). Pengaruh *Social Media Marketing Twitter* Terhadap Terbentuknya *Brand Image* Restoran *Burger Gaboh*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 5: Hal. 1-118.

Riduwan. (2014). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Alfabeta : Bandung.

Santoso, R. P. (2012). Pengaruh *Social Media Kompas Tv* Terhadap *Brand Awareness*. *Skripsi*. Tidak dipublikasikan. Bandung: Universitas Telkom.

Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.

Sekaran, Uma. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Chiches : John Willey & Sons.

- Shojaee, S., dan Azreen bin Azman. (2013). *An Evaluation of Factors Affecting Brand Awareness in the Context of Social Media in Malaysia*. *Asian Social Science* . Vol. 9, No. 17.
- Siregar, Syofian. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, Edisi Pertama*. Kencana : Jakarta.
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons
- Socialbakers. (2016). *Most Popular Facebook Account in Indonesia Brand Category*,[online].
<http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/Brands/>
 [17 Februari 2016]
- Socialbakers. (2016). *Most Popular Facebook Account in Indonesia Media Category*,[online].
<http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/media/> [17 Februari 2016]
- Socialbakers. (2016). *HijUp.com Facebook Statistics Category*,[online].
<http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/detail/250712791625473-hijup-com> [17 Februari 2016]
- Socialbakers. (2016). *Hijabenka.com Facebook Statistics Category*,[online].
<http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/detail/720294508014015-hijabenka-com> [17 Februari 2016]
- Socialbakers. (2016). *HijUp.com Twitter Statistics Category*,[online].
<http://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/detail/287607683-hijup> [17 Februari 2016]
- Socialbakers. (2016). *Saqina.com Facebook Statistics Category*,[online].
<http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/detail/114481955259430-saqina> [17 Februari 2016]
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Kesepuluh. Alfabeta : Bandung.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan Ketiga. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi*. Edisi ke-14 jilid 1. Bandung: CV. Alfabeta.
- Twitter HijUp.com. (2015). *Account Twitter HijUp.com*. Diambil dari: <https://Twitter.com/HijUp.com>. Diakses pada tanggal 16 Desember 2015.
- Zarella, D. (2011). *The Social Media Marketing Book* (1st ed.). Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.