

DAFTAR PUSTAKA

- Bashir, M. A., Ayub, N., & Jalees, T. (2017). The impact of the firm generated contents and the user generated contents through social media on brand equity elements. *Pakistan Business Review*, 19(3), 744–760.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Google. (2021). Google Trends Help, In, Google Inc. Diakses pada tanggal 10 Maret 2021
- Khan, R. A. G., Khan, F. A., & Khan, M. A. (2011). Impact of training and development on organizational performance. *Global Journal of Management and Business Research*, 11(7).
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi: bagaimana meneliti dan menulis tesis?*
- Lipschultz, J. H. (2014) *Social Media Communication (2nd Ed)*. New York: Routledge.
- MS GLOW (2021). <http://www.msglowid.com/> Diakses pada tanggal 10 Maret 2021.
- Mulyana, D. (2002). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*.
- Nosita, F., & Lestari, T. (2019). The influence of user generated content and purchase intention on beauty products. *J. Mgt. Mkt. Review*, 4(3), 171–183.

- Poulis, A., Rizomyliotis, I., & Konstantoulaki, K. (2019). Do firms still need to be social? Firm generated content in social media. *Information Technology & People*.
- Santoso, S. (2010). *Statistik nonparametrik*. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. G. dan Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Cetakan Ke Empat. Jakarta: PT. Indeks.
- Schivinski, B., & Dabrowski, D. (2014). *The consumer-based brand equity inventory: scale construct and validation*. GUT FME Working Paper Series A.
- Soewandi, M. (2015). The impact of social media communication forms on brand equity dimensions and consumer purchase intention. *IBuss Management*, 3(2).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Tjiptono, F. (2013). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
Zuliarni, Sri Dan Relon Taufik Hidayat.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17 dan Smart PLS*.