

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. Free Press.
- Andriani, W. (2021). "Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Merek Maskapai Penerbangan." *Jurnal Komunikasi Digital*, 10(1), 55-70.
- Andriani, R. (2021). Citilink Indonesia dan inovasi layanan penerbangan di era digital. *Jurnal Pemasaran Digital*, 7(4), 101-109.
- Andriani, S. (2021). Strategi Citilink dalam mempertahankan eksistensi di pasar penerbangan Indonesia. *Jurnal Pemasaran*, 15(1), 45-60.
- Bilgin, Y. (2018). *The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty*. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128-148.
- Dewanti, A., & Nugroho, A. (2020). *Impact of Deregulation Policy on Low-Cost Carrier Growth in Indonesia*. *International Journal of Aviation Management*, 8(1), 47-59.
- Dewi, R. (2021). Citilink Indonesia dan strategi pemasaran digital. *Jurnal Pemasaran*, 12(3), 45-56.
- Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., & Singh, R. (2016). *Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior*. *Journal of Business Research*, 69(12), 5833-5841.
- Handoko, R. (2012). "Deregulasi Transportasi Udara dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Industri Penerbangan Indonesia." *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 5(1), 15-28.
- Haryanto, T., & Wahyuni, S. (2019). *The Role of Low-Cost Carriers in Indonesia's Air Transport Industry*. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 34(2), 151-165.
- Hootsuite. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Retrieved from [Hootsuite](#)
- Irawan, T., & Wahyudi, S. (2018). Low-cost carrier dan pengembangan industri penerbangan di Indonesia: Studi kasus Citilink Indonesia. *Jurnal Transportasi Nasional*, 10(2), 123-134.
- Irawan, T. (2018). Peran citra merek dalam industri penerbangan. *Jurnal Manajemen Penerbangan*, 15(2), 89-99.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

- Kusnadi, Y. (2021). Dampak pengalaman positif di media sosial terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 150-162.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson.
- Lestari, I., & Susilo, S. (2015). "Peran Low-Cost Carrier dalam Meningkatkan Konektivitas di Indonesia." *Jurnal Transportasi Indonesia*, 9(2), 23-35.
- Liu, Y., Hsu, C. H. C., & Chen, S. C. (2020). The impact of social media marketing on consumer behavior: A study of airline industry. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(2), 245-261. <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2019-0036>
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357-365.
- Mulyani, A. (2019). Peran media sosial dalam peningkatan brand awareness Citilink Indonesia. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(1), 88-97.
- Oktaviani, R. (2018). "Pengaruh Persaingan Maskapai Penerbangan di Indonesia Terhadap Kualitas Layanan." *Jurnal Manajemen Penerbangan*, 6(3), 45-58.
- Putri, D. & Sudirman, M. (2019). "Tinjauan Kebijakan Tarif dalam Industri Penerbangan Indonesia." *Jurnal Regulasi Transportasi*, 7(1), 90-102.
- Pratama, D., & Yuniarti, N. (2020). Analisis reputasi Citilink di mata konsumen: Pengaruh keselamatan dan inovasi dalam peningkatan loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Penerbangan*, 15(2), 101-110.
- Prasetyo, A., & Rahayu, S. (2019). *Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Maskapai Penerbangan di Indonesia*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(3), 210-222.
- Rasyid, R. (2020). Peran media sosial dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap merek. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 75-90.
- Rahman, A., & Rosdiana, R. (2020). *Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 10(2), 115-127.
- Santoso, M. A., & Dwi, H. (2021). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui media sosial. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 45-60.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2021). The role of social media in marketing: How social media marketing impacts brand awareness, engagement, and image. *Journal of Marketing Management*, 37(5-6), 529-547. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2021.1880145>

Suparman, S., & Ramadany, D. U. P. (2021). *Pengaruh E-Ticket dan Promosi pada Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Tiket AirAsia (Studi Kasus pada Rute Penerbangan Jakarta-Denpasar)*. Jakarta: Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI.

World Bank. (2021). *Connecting Indonesia: How Air Transport Supports Economic Growth and Development in the World's Largest Archipelago*. Retrieved from [World Bank website](#).

Yuliati, R., & Suryanto, D. (2022). "Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Loyalitas Konsumen di Industri Penerbangan." *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 13(4), 200-215.

