

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (2000). *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa oleh Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, David A. (2014). *Aaker on Branding*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Aaker, David dan Joachimsthaler. (2000). *Brand Leadership*. New York: The Free Press
- Agus, Salim. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Abrar, Ana Nadya. (2003). *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael. (2010). *Users of the world, Unite! The challenges and opportunities of social media*. Business Horizons.
- Assauri, Sofjan. (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Jakarta.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition History, And Scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*.
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Craven, W. David. (2008). *Pemasaran Strategis*. Cetakan 3. Jakarta: Erlangga
- Creswell W. John. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Departemen Pendidikan Indonesia. (1998). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Amani.
- Drewniany, Bonnie L dan Jewler, A. Jerome. (2008). *Creative Strategy in Advertising*. 9th Edition. Wadsworth Cengage Learning.
- Gurau, Calin. (2008). *Integrated online marketing communication: implementation and management*. Journal of Communication Management Vol. 12 No. 2 pp. 169-184.

- Hapsari, Ajeng Peni. (2008). *Analisis Perbandingan Penggunaan Celebrity Endorser dan Typical Person Endorser Iklan Televisi dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian Produk*. Universitas Padjajaran Bandung.
- Huey, Lim Sook., dan Yazdanifard, Rashad. (2015). *How Instagram Can be Used as a Tool in Social Network Marketing*. Center for Southern New Hampshire University, Malaysia.
- Ilham, Prisgunanto. (2006). *Komunikasi Pemasaran, Strategi, dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- McQuail, Denis. (2005). *Mass Communication Theory*. London: SAGE Publication. Ltd
- Murdough, Chris. (2009). Social Media Measurement: It's Not Impossible. *Journal of Interactive Advertising*. Vol 10 No 1. pp 94-99
- Kandampully, Jay and Dwi Suhartanto. (2000). Customer Loyalty in The Hotel Industry: Role of Customer Satisfaction and Image, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 12 No 6.
- Kartajaya, Hermawan. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid ke 1. New Jersey, Indeks.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran* Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Waldemar, Pfoertsch. (2008). *B2B Brand Management*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Latiff, Zulkifli Abd & Safira Safiee, Nur Ayuni. (2015). *New Business Set Up for Branding Strategies on Social Media Instagram*. Faculty of Communication and Media Studies, Universiti Teknologi MARA, Malaysia.
- Nitisusastro, M. (2010). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

- Paquette, Holly. (2013). *Social Media as a Marketing Tool: A Literatur Review*. Major Papers by Master of Science Students. University of Rodhe Island.
- Priansa, Doni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia
- Rangkuti, Freddy. (2002). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLS-JP*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. (2004). *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rangkuti, Freddy. (2008). *The Power of Brands*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Roman, Kenerth, Jane Maas & Martin Nisenholtz. (2005). *How to Advertise, Membangun Merek dan Bisnis dalam Dunia Pemasaran Baru*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Shoorman, J, P.L & Creusen, M. E. H. (2005). The Different Roles of Product Appearance In Consumer Choice. *Journal of Product Innovation Management*.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan, Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid 1 (Edisi 5). Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A. (2014). *Intergrated Marketing Communication in Advertising and Promotion 8th ed*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Stanton, William J. (1993). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Suhartanto, Dwi. (2008). *Perilaku Konsumen Tinjauan Aplikasi di Indonesia*. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra dan Dadi Adriana. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI

- Widodo, Yohanes. (2012). Strategi I-Branding UKM: Kasus Dua Brand Maicih. *Proceeding NCCB, Strategi Communication Branding di Era Industri Kreatif*. Malang: Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Brawijaya.
- Yin, Robert K. (2006). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.