

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Buchori., Djaslim Saladin. (2010). *Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama)*. Bandung. CV. Linda Karya
- Achmad, Buchori., Djaslim Saladin. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta Bandung.
- Cahyo, Rudianto Dwi. (2014). *Pengaruh Penggunaan Social Media Twitter Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe dan Restoran di Kota Bandung*. Program S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom.
- Daryanto. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Bandung. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Farisya. (2012). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Intervening Variable (Studi Pada: Nanny's Pavillon Bathroom – Pacific Place)*. Program S1 Ilmu Administrasi Universitas Indonesia.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang. BP Universitas Diponegoro.
- Hadi, Mulya. (2010). *Twitter Untuk Orang Awam*. Palembang. Maxikom.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hair, J.F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey. Prentice Hall.
- Housel, J. Thomas dan Eric Skope. (2001). *Global Telecommunications Revolution: The Business Perspective*. McGraw Hill: Irwin.
- Idelle, Almira Yusrina. (2012). *Analisis Pengaruh Harga dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Danapaint Jakarta (Studi Kasus di Mitra 10 Jakarta)*. Program S1 Manajemen Universitas Bina Nusantara.

- Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kartajaya, Hermawan. (2010). *Konsep Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012), *Principles of Marketing -14/E*, Boston, Pearson Education.
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management, 14th Edition*. United States of America. Pearson Prentice Hall.
- Laetitia., Huang. (2008). *High-Involvement and Low-Involvement Product: A Comparison of Brand Awareness Among Students of South African University*. Jurnal Internasional Pemasaran.
- Lovelock, Christopher. dan Wirtz, Jochen. (2010). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi Edisi ke Tujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta. salemba empat.
- Malhotra, Naresh K. (2010). *Marketing Research An Applied Orientation (6th ed.)*. New Jersey: Pearson.
- Mowen, John C. (2008). *Consumer Behavior 5th Edition*. New Jersey: Prentice Hall PTR.
- Mugiono, Kharis. (2012). *Pengaruh Celebrity Endoser dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Sabun Mandi Padat Lifebuoy di Semarang*. Jurnal Nasional Universitas Diponegoro.
- Navrina, Gita. (2014). *Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Travel Cipaganti Rute Bandung – Jakarta Tahun 2014*. Program S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom.

- Noor, Juliyanasyah. (2011). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah*. 2011. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Orcatti. (2012). *Pengaruh Peran Media Sosial Twitter Terhadap Brand Awareness Produk Buffalo (Studi Kasus: PT. ECS Indo Jaya)*. Program S1 Manajemen Universitas Bina Nusantara.
- Riduwan dan Kuncoro, Engkos Achmad. (2011). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*, Bandung: Alfabeta.
- Rizal, Veby Zilfania., Evawani Elysa. (2012). *Social Media Twitter dan Brand Image Restoran Burger*. Jurnal Nasional Universitas Pekanbaru Riau.
- Sandjojo, Nidjo. (2011). *Metode Analisis Jalur Path Analysis dan Aplikasinya*. Jakarta. Pustaka Sinar Harapan.
- Sarwono, Jonathan dan Herlina Budiono. (2012). *Statistik Terapan Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung. Mandar Maju.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2012). *Research Methods for Business*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Solis, Brian. (2010). *Engage! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Strauss., Frost. (2010). *E – Marketing*. New Jersey. Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Yogyakarta. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung. PT. Refika Aditama.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. CAPS.

- Supranto. (2000). *Teknik Sampling Untuk Survei & Eksperimen*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta. Marknesis.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta. CV Andi.
- Trinanda, Ahmad Fajar. (2013). *Pengaruh Internet Marketing dan Experiential Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Bober Café Bandung*. Program S1 Manajemen Universitas Widyatama.
- Tritama, Hansel Bagus., Riswan Efendi Tarigan. (2013). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Brand Awareness Produk Perusahaan*. Jurnal Nasional Sistem Informasi Universitas Pelita Harapan
- Zarella, Dan. (2011). *The Social Media Marketing Book*. PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Zikmund, William. (2010). *Business Research Method 8th Edition*. Canada. Cengage Learning.

LAMPIRAN