

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1996). *Building Strong Brands*. (Edisi ke-1 jilid 1)
Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Daniel, Mc. (2009). *Brands in Internasional Business*. (Edisi ke-1
jilid 1). Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Fauzi, Ahmad. (2009). *All About Twitter*. (Edisi ke-1 jilid 1).
Bandung: Mizan Media Utama.
- Fill, Chris. (2009). *Marketing Communications*. (Edisi ke-5). Pearson
Education Limited.
- Giddens. (2006). *Brand Management*. (Edisi ke-1 jilid 1). Jakarta:
Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K.L. (2008). *Strategic Brand Management*. (Edisi ke-2 jilid 1)
Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi ke-13 jilid 1).
Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Newhagen, Flew, Terry. (2005). *New Media*. (Edisi ke-2 jilid 1).
Oxford University Press.

- Payne, Andrian. (2000). *Komunikasi Pemasaran Modern*. (Edisi ke-1 jilid 1). Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Riduwan. (2010). *Metode & Teknik Menyusun Tesis*. (Edisi ke-8 jilid 1). Bandung: Alfabeta.
- Safko & Brake. (2009). *The Sosial Media Bible* (Edisi ke-1 jilid 1).
- Shimp, Terence A. (2007). *Periklanan Promosi*. (Edisi ke-5 jilid 1). Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2009). *Statistik Untuk Penelitian*. (Edisi ke-14 jilid 1). Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2009). *Analisis Regresi & Uji Hipotesis*. (Edisi ke-1 jilid 1). Yogyakarta: Media Pressindo.
- Supramono & Haryanto. (2005). *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. (Edisi ke-1 jilid 1). Yogyakarta: Dani.
- Taniredja, Tukiran & Hidayat. (2011). *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Brand Management & Strategy*. (Edisi ke-1 jilid 1). Yogyakarta: Andi.

Waloeyo, Yohan. (2009). *Twitter Best Social Networking*. (Edisi ke-1 jilid 1). Yogyakarta: Andi Suffset Assosiate.

Zarella, Dan. (2010). *The Sosial Media Marketing Book*. (Edisi ke-1 jilid 1). Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.

Sumber Jurnal & Skripsi

Aditya Ryandi, Reza. (2011). *Pengaruh bauran pemasaran telepon selular samsung berbasis android terhadap brand awareness*. Retrieved from Library Universitas Pelita Harapan.

Adrianto. (2009). *Identifikasi manfaat fitur sosial media dari jejaring sosial (social network) pada aplikasi e-commerce berbasisan Web*, Vol 8(5), 77-85. Retrieved from www.jurnalskripsi.com.

Akward, Brian K. (2008). *Analysis on the brand awareness of Nuno dutro and its relationship toward promotion*, Vol 15(6), 23-36. Retrieved from www.emeraldinsight.com.

Brewer & Zhao. (2008). *The impact of a pathway college on reputation and brand awareness for its affiliated university in sydney*, Vol 7(2), 12-20. Retrieved from www.emeraldinsight.com.

- Effendi. (2007). *Analisa strategi pemasaran pasca rebranding Bali Hilton Internasional Hotel menjadi Ayodya Resort Bali : dampak terhadap brand awareness konsumen*, Vol 11(2), 56-65. Retrieved from www.repositorypetra.ac.id.
- Haryono. (2008). *Analisa pengaruh brand model Panasonic terhadap brand awareness dan kesesuaian karakter brand model Panasonic dengan brand personality produk televisi Panasonic Dian Series di surabaya*, Vol 9(4), 36-45. Retrieved from www.repositorypetra.ac.id.
- Kusumaningtyas Dwi, Ratih. (2007). *Peran media sosial online (facebook) sebagai saluran self disclosure remaja putri di surabaya*, Vol 5(3), 67-72. Retrieved from www.skripsisosialmedia.com.
- Mahjudie. (2008). *Efek penggunaan celebrity endorser dan jingle dalam iklan televisi Olay Total White Cream versi "Audy & Nindi" terhadap brand awareness*. Retrieved from Library Universitas Islam Bandung.
- Michael & Howard. (2009). *Using new media sosial and web 2.0 technologies in business school teaching and learning*, Vol 20(8), 89-95. Retrieved from www.emeraldinsight.com.

- Prasetyo, Dimas. (2006). *Revitalisasi brand untuk meningkatkan brand awareness merek Palazzo*, Vol 3(1), 23-30. Retrieved from www.repositorypetra.ac.id.
- Radder & Huang. (2007). *High-Involvement and low-Involvement products : A comparison of brand awareness among students at a south african university*, Vol 9(3), 45-56. Retrieved from www.emeraldinsight.com.
- Riyandi, Reza. (2011). *Pengaruh Integrated Marketing Communication terhadap Brand Awareness produk Pond's pada remaja kota Bandung*. Retrieved from Library Institut Manajemen Telkom.
- Sabith, Feronica. (2008). *Friends in online places : Business and sosial media*, Vol 17(8), 8-17. Retrieved from www.emeraldinsight.com.
- Sofian. (2011). *Pengaruh Integrated Marketing Communication terhadap Brand Awareness produk Pond's pada remaja kota Bandung*. Retrieved from Library Institut Manajemen telkom.