

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2000). *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of a BrandName*. New York: Free Press.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Blench, G., & Blench, M. (2009). *Advertising and Promotion (an integrated marketing communications prespective)*. New York: McGraw-Hill Irwan.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Clow, K., & Baack, D. (2010). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication, 4th edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Durianto, D., Sugiarto, & Toni, S. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herdana, A. (2015). *Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta)*. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3, No.1*, 1-18.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *User of the world, unite! The challengers and opportunities of Social Media*. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: PT. Raka Grafindo Persada.
- Kotler, Philip and Kevin L. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson

Education, Inc.

- Lubis, I. B. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Media Iklan Instagram, dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vans (Studi Kasus Pada 80 Followers Twitter @VHeadID)*. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)* Vol.5 No.4.
- Mershon, P. (2011, November 8). *Small Businesses Moving Toward Social Media*. Retrieved March 2012, 7 from *Social Media Examiner*:  
<http://www.socialmediaexaminer.com/26-promising-social-media-stats-for-small-businesses/>
- Moriarty, Sandra, Nancy, M., & Williams, W. (2009). *Advertising: Principles & Practice, 8th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Morissan, M.A. (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Potter, R., Rainer, R., & Turban, E. (2005). *Introduce to Information Technology*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Prastowo, A. (2010). *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis, Korelasi, Regresi dan Multivariate Dengan SPSS . Gaya Media*
- Puspita, R. (2017). *Cara Laris Jualan Kuliner via Media Sosial*. Laksana.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rossiter, J.R. and Percy, L. (2013) "*How the roles of advertising merely appear to have changed*", *International Journal of Advertising*.
- Royan, F. M. (2005). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Saladin, D. (2003). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan,*

- dan Pengendalian. Edisi Kedua.* Bandung: CV. Linda Karya.
- Shimp, Terence A., (2008). *Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jilid 2, Edisi kelima,* Jakarta, Erlangga.
- Sibagariang, S., & Nursanti, T. (2010). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada PT Bank Sinarmas. The Winners, 11(2), 118-129.*
- Sintani, L. (2016). *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana Sarasvati Dalam Iklan “Isyana vs Gangster” Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya. Jurnal E-Komunikasi, 4(1).*
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen.* Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Alfabet.
- Surachman, S. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan).* Malang: Bayumedia Publishing.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.* Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suryani, T. (2008). *Periklanan Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar).* Bandung: Alfabeta.
- Utomo, I. (2017). *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan di BSI Pemuda). Jurnal Komunikasi, 8(1).*
- Winadi, J. S. (2017). *Hubungan word of mouth dengan brand awareness teh kotak. Jurnal EKomunikasi, (Online), 5 (1).*
- Zohra, S. (2013). *Impact of Celebrity Brand Endorsement on Brand Image and*

*Product Purchases-A Study for Pune Region of India. International Journal of Research in Business Management, 1(6), 37-42.*