

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Kedua)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Handayani, Desy dkk. 2010. *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Helianthusofri, Jefferly. 2016. *Facebook Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputido.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Fisip Untirta Press.
- Juju, Dominikus dan Feri Sulianta. 2010. *Branding with social media network*. Jakarta: PT Elex Media Komputido.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Buku 1. Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya bandung.
- Priyatno, Duwi. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.
- Rosita, Osa. 2009. *Gabung di Facebook Coy*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Somad, Rismi dan Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Komunikasi: Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung: Alfabeta.
- Stelzner, Michael A. 2016. *2016 Social Media Marketing Industry Report: How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Businesses*. Social Media Examiner.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. 2010. *Periklanan (Menejemen, Kiat, dan Strategi)*. Bandung: Nuansa.
- Suprpto, Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen Dalam Komunikasi*. Jakarta: Buku Seru.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Sumber Lain :

- Afifah, Khansa. (2016). Pengaruh *Social Media Marketing Instagram* terhadap Tingkat *Brand Awareness* Roaster And Coffee Lounge & Kitchen. Skripsi Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP. Universitas Gadjah Mada. (Diakses pada 16 Maret 2017 pukul 18.34 dari http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=92968&obyek_id=4).
- Albanna, Fachri Hanif. (2014). Pengaruh *Social Media Marketing Facebook* terhadap *Brand Engagement* (Survei pada Anggota *Fanpage Facebook LUX*). Skripsi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. (Diakses pada 16 Maret 2017 pukul 19.12 dari <https://repository.upi.edu/12621>).
- Armas, Rahmeddiyan dan Abdullah. (2016). Pengaruh *Social Media Twitter* terhadap *Brand Awareness Indihome Triple Play*. Jurnal Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. (Diakses pada 16 Maret 2017 pukul 15.12 dari <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/epublication/id/58.html>).
- Bija, Monica. (2014). *Social Media Marketing to Increase Brand Awareness*. *Journal of Economics and Business Research Student of Faculty of Economics "Aurel Vlaicu" University of Arad*. No. 2. (Diakses pada 15 Maret 2017 pukul 15.46 dari http://uav.ro/jour/index.php/jebr/article/download/381/pdf_146).
- Iman, K Daniel, Arifin M. Kholid dkk (2015). Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap Kesadaran Konsumen pada Produk Internasional (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia). *Jurnal Administrasi*

Bisnis. Vol. 24, No. 1. (Diakses pada 18 Maret 2017 pukul 10.11 dari <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>).

Rizal, Veby Zilfania. (2014). Pengaruh *Social Media Marketing Twitter* terhadap Terbentuknya *Brand Image* Restoran Burger Gaboh Pekanbaru. Jurnal Mahasiswa Universitas Riau. (Diakses pada 19 Maret 2017 pukul 13.47 dari <http://www.e-jurnal.com/2015/08/pengaruh-social-media-marketing-twitter.html>).

Wicaksono, Pramudyo. (2016). *Pengaruh Media Sosial terhadap Purchase Decision Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Starbucks di Bandung)*. Masters Thesis Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha. (Diakses pada 17 Maret 2017 pukul 10:47 dari <http://repository.maranatha.edu/20090/>).

Sumber Internet :

<http://facebook.com/LaysIndonesia> diakses pada tanggal 17 Maret 2017 pukul 13.37.

<http://pepsico.com> diakses pada tanggal 5 Juni 2017 pukul 21.57.

<http://topbrand-award.com/top-brand-survey> diakses pada tanggal 28 Februari 2017 pukul 15.16.

<http://twitter.com/LaysIndoneisa> diakses pada tanggal 26 Maret 2017 pukul 14.47.

<http://wearesocial.com/blog/2017/02/digital-southeast-asia-2017> diakses pada 28 Februari 2017 pukul 16.34.

Instagram @LaysIndonesia diakses pada 26 Maret 2017 pukul 13.36.

Instagram @misterpotato_id diakses pada 26 Maret 2017 pukul 14.45.

Instagram @myChitato diakses pada 26 Maret 2017 pukul 13.50.

Instagram @piattosrame diakses pada 26 Maret 2017 pukul 14.15.