

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Kedua)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchyana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Handayani, Desy & dkk. 2010. *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Hidayat, Dedy Nur. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa* Jakarta: Rajawali Pers
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (Edisi 2)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Jaiz, Muhammad. 2014, *Dasar – Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Garaha Ilmu
- Juju dan Sulianta, F. 2010. *Branding with social network*, PT Elex Media Koputindo, Jakarta
- Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. PT Pustaka Utama Grafiti, Jakarta
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Konsep Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: PT. Raka Grafindo Persada.
- Kotler, Philip and Gay Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Lane, Keller Kevin. 2012. *Marketing Management 14 edition*. New Jersey: Pearson.
- Kriyantono, Rachmat. 2013. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Machfoedz, M, 2010, *Komunikasi Pemasaran Modern*, Cakra ilmu (Imprint Gelas Semesta Aksara), Yogyakarta
- 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 Sositologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Nurudin, 2013, *Pengantar Komunikasi Massa* Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Priyatno, Duwi. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Jogjakarta: Mediakom.
- Pujiyanto, 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. CV Andi Offset, Yogyakarta
- Rangkuti. Freddy, 2008. *The Power Of Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sihabudin, Ahmad.2011. *Komunikasi Antarbudaya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Soemanagara, 2008. *Strategic Marketing Communication*. Bandung : Alfabet
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-23, Bandung: CV Alvabeta.
- Suhandang, Kustadi. 2010. *Studi dan Penerapan Public Relations*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Sumadi Suryabrata. 2012.*Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sunyoto, Danang.2013.*Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Suprpto. Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi, Dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*, Jakarta: Buku Seru
- Zarella, Dann. 2010. *The Social Media Marketing Book*. USA: Oreilly Media.

### **Jurnal:**

- Beleng, I. P. 2014. *Analisa Startegi Komunikasi Mall Teras Kota Untuk Mempertahankan Brand Awareness (Periode Maret 2014-Mei 2014)*. (Diakses pada 4 Maret 2017 pukul 15.08 dari <http://marcomm.binus.ac.id/academic-journals/analisa-strategi-komunikasi-mall-teraskota-untuk-mempertahankan-brand-awareness-periode-maret-2014-mei-2014/>).

Widyastuti, D. A. R. 2013. *Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan di Jejaring Sosial terhadap Minat Beli pada Perempuan (Studi Eksplanatif Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan Zalora Indonesia di Facebook Fanpage terhadap Minat Beli pada Perempuan Dewasa Muda)*. (Diakses pada 23 Februari 2017 pukul 15.32 dari

[https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=9&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiPye7T66\\_SAhWDwbwKHRBnBs0QFghTMAg&url=http%3A%2F%2Fejournal.uajy.ac.id%2F4708%2F1%2Fejournal.pdf&usq=AFQjCNHsYzhlx517HcAkcsLHb5i8X4Gog&bvm=bv.148073327,d.dGc](https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=9&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiPye7T66_SAhWDwbwKHRBnBs0QFghTMAg&url=http%3A%2F%2Fejournal.uajy.ac.id%2F4708%2F1%2Fejournal.pdf&usq=AFQjCNHsYzhlx517HcAkcsLHb5i8X4Gog&bvm=bv.148073327,d.dGc)).

Yessy, Liembawati, 2014. 'Analisa Pengaruh Brand Activation Terhadap Pembentukan Brand Community pada PT ISM BOGASARI FLOUR MILLS'. Universitas Kristen Petra, Vol.2, No.1, diakses pada tanggal 17 April 2016. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/viewFile/1397/1258>

**Website:**

<http://selular.id/wp-content/uploads/2017/01/We-Are-Social.png> (Diakses pada 14 Maret 2017 pukul 12:00)

