

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

Aaker, David. 1991. *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of Brand*

*Name. New York: Free Press.*

Aarens, W. F; David H. S & dan Michael Weigold. 2009. *Essential of Contemporary Advertising. New York: Mc Graw Hill*

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.*

Jakarta: Rineka Cipta.

Belch, George E dan Michael A Belch. 2004. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. Sixth Edition. New: McGraw-Hill.*

Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, edisi kedua. Jakarta:Kencana Prenada Media Group.

Djamal, Hidajanto dan Andi Fachrudding. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, Regulasi.* Jakarta: Kencana Predana Media Group.

Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta : PT. Raja Grafindo Jakarta

Cutlip, Scott. M, Center Allen H. & Broom Glen. M. (2009), *Effective Public Relations , Ed 9 .* Jakarta : Kencana

Djatnika, Tjetjep. 2007. *Komunikasi Pemasaran.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi.* Bandung:Citra Aditya Bakti.

Emzir. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif.* Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.

Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Fleur, Marvin De and Sandra Ball Rokeach. 1989. *Theories of Mass*

- Communications. New York: Logman.*
- Hogan, S. 2005. *Employess and Images: Bringing Brand Image to Life, 2nd Annual Strategic Public Relations Conference. Chicago: Lippincot Mercer 120*
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.*  
Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia.* Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kasiram, Mohammad. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif.* Malang: UIN Malang Press.
- Keller, Kevin Lane. 1998. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. New Jersey: Prentice Hall.*
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 8, Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Manajemen, edisi 14.* Jakarta: Erlangga.
- Kuswanto, Dedy. 2012. *Statistik Untuk Pemula dan Orang Awam.* Jakarta: Laskar Aksara.
- Masyhuri dan Zainuddin M. 2008. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikasi.* Bandung: Refika Aditama.
- Mowen, J dan Minor, C. 2002. *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Erlangga.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodelogi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Imiah,* Jakarta: Kencana
- Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relations: Membangun dan Mempertahanlan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media Online* Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Philips, David dan Philip Young. 2009. *Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media.* London: Kogan Page.
- Punch, Keith F. 2005. *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches.* London: SAGE Publication Ltd.

- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Riezebos, R. 2003. *Brand Management: A Theoretical and Practical Approach*.  
Grangingen: Prentice Hall.
- Rosmawaty.2010. *Mengenal Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Widya Padjajaran.
- Ruslan, Rosady. 2008 *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta :PT Rajagrafindo Persada
- Ruslan, Rosady. 2010. Metode Penelitian PR dan Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Safko, Lon. 2012. *The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Severin, Warner dan James Tankard. 2007. Teori Komunikasi: Sejarah, Metode,dan Terpaan di dalam Media Massa. Jakarta: Kencana.
- Singarimbun, Masri. 1995. Metode Penelitian Survei Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Shimp, Terence A. 2003. *Advertising Promotion and Supplement Aspect of Integrated Marketing Communication 5th Edition*; Alih Bahasa: Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, edisi ke-5, Terjemahan Reyvani Syahrizal. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif fan R&D. Bandung:Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi.(2010), Manajemen, Kiat dan Strategi. Bandung :Nuansa
- Sukandarrumidi. 2004. Metode Penelitian. Yogyakarta: Gadjah Mada *University Press*.
- Onong uchjana Effendy.2006. Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya
- Tjiptono, F. 1997. Strategi Pemasaran, edisi 2. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F. 2009. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Umar, Husein. 2000. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga.

Wells, William, John Burnett, and Sandra Moriarty. 2000. *Advertising: Principles dan Practise.Fifth Edition. Upper Sadle River.New Jersey: Prentice-Hall International Inc.*

Vardiansyah,Dani, *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* ; PT Indeks kelompok Gramedia ; Jakarta 2015

Wells, William, John Burnett, and Sandra Moriarty. 2000. *Advertising: Principles dan Practise. Fifth Edition. Upper Sadle River.New Jersey: Prentice-Hall International Inc*

Wiryanto. 2000. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: PT Grasindo

#### **Jurnal dan Artikel:**

Erdogan, B. Zafer, Barker, Michael J., and Tagg, Stephen. 2001. *Selecting Celebrity Endorsers: The Practitioner's Perspective. Journal of Advertising Research, vol 41*

Keller, Kevin Lane. 1993. *Conceptualizing, Measuring, and Managing CustomerBased on Brand Equity. Journal of Marketing, vol 57 no 1*

Maurya, Upendra Kumar. 2012. *What is a brand? A Perspective on Branding Meaning. European Journal of Business and Management. Vol 4,No3*

Ohanian, R. 1990. *Construction and Validation of A Scale To Measure Celebrity Endorser' Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness.Journal of Advertising, vol 19, no 3*

Tobin, C. A. 1975. *Federal Trade Commission: Guides corceninguses of endorsements and testimonials in advertising. Federal Register*