

## DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, Thamrin&Tantri, Francis. (2012). ManajemenPemasaran, Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.
- Aditya, A., Irawan, Y, Ridho. (eds). (2013). Social Media Nation, 15 Inspirasi Berjejaring Sosial. Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing.
- A, Shimp, Terence .2003. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I ( edisi 5), Jakarta :Erlangga.
- Achmad, Buchori., Djaslim Saladin. (2010). Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama). Bandung. CV. Linda Karya.
- Akbar & Usman. (2009). Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif.  
Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Assumpta, Sr Maria Rumanti. (2002). Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Praktik. Jakarta : PT Grasindo.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong Gary. (2007). Marketing An Introduction. Baba Barkha Nath Printers : New Delhi
- Benoit, W. (2007). Accounts, Excuse, and Apologies, A Theory of Image Restoration Strategies. New York:State University of New York Pers.
- Brogan, Chriss. (2010). Social Media 101 : Tactics and Tips to Develop Your Bussiness Online. John Wiley & Sons.
- Bryman, A & Bell, E. (2007). Business Research Method. New York: Oxford.

- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Doucett, Elisabeth. (2008). *Creating Your Library Brand*. The American Library Association.
- Ghozali, Imam. (2009). “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS“. Semarang : UNDIP.
- Prasetya Irawan, 2006. *Penelitian Kualitatif & Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Departemen Ilmu Administrasi FISIP-UI.
- Keller, Kevin Lane. 2000. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kotler, K.(2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kriyantono. (2012). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications Ebook*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Malhotra, Naresh K., and David F. Birks. (2012). *Marketing Research: An Applied Approach 3rd European Edition*. Harlow, England: Prentice-Hall.
- Moh Nazir. (2011). *Metode Penelitian*. Cetakan 6. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.

Noor, Juliansyah. (2011). Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah. Jakarta : Kencana.

Rakhmad, Jalaluddin. (2005). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Royan, Frans M. (2004). Marketing Celebrities. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Royan. (2005). Marketing Celebrities, Jilid 1, Elex Media Komputindo, Jakarta.

Ruslan, Rosady. (2010). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Jakarta : Rajawali Pers. Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta

Setiadi, N.J. 2003. Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.

Jakarta : Kencana.

Stokes, J. (2007). How To Do Media Cultural Studies: Panduan Untuk Melaksanakan Penelitian Dalam Kajian Media Dan Budaya. Yogyakarta: Bentang Pustaka.

Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Suprpti. W. (2010). Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar Dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran. Bali : Udayana University Press.

Sumarwan, Ujang. 2003. Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Cetakan Pertama, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.