

## Daftar Pustaka

### Buku:

A.B. Susanto dan Himawan Wijanarko. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Quatum Bisnis & Manajemen. Jakarta: PT. Mizan Publika.

Aaker, David A. 2008. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.

Ardianto, Elvinaro. 2016. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Basrowi & Suwardi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta

Bulaeng, A.R. 2002. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.

Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Politik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Durianto, Darmadi dkk. 2004. *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Erlangga : Jakarta
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra ilmu.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Dedi dan Solatun. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi Contoh-contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- 
- \_\_\_\_\_. 2010. *Komunikasi Organisasi strategi meningkatkan kinerja perusahaan*. Bandung: PT. Remaka Rosdakarya
- Nazir, Mohammad. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pisgunanto, Ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Rahmat, Jalaluddin dan Idi Subandy Ibrahim. 2017. *Metode Penelitian Komunikasi Edisi Revisi Kedua*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Bogor: Grafika Mardi Yuana.
- Rismawaty, Desayu Eka Surya, dan Sangra Juliano Prakasa, M.Ikom. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Salamah, Ummi. 2015. *Brand Pemimpin Poltik*. Jakarta: Makna Informasi

- Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian, Edisi 2*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sarwono, Jonathan. 2001. *Pintar Menulis Karangan Ilmiah*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Soermanagara, Rd. 2008. *Strategic Marketing Communication. Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukmadinanta, Syaodih. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

### **Karya Ilmiah:**

- Agustiyan, Dendy. 2016. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI KOMUNIKASI KORPORAT POS INDONESIA (PERSERO) BANDUNG DALAM MEMPROMOSIKAN “GALERIPOS.COM” (Studi Deskriptif Stategi Komunikasi Pemasaran Divisi Komunikasi Korporat PT Pos Indonesia (Persero) Bandung dalam Mempromosikan “GaleriPos.com” melalui Kegiatan GaleriPos In Campus di Kota Bandung). Bandung: Skripsi Universitas Komputer Indonesia
- Permata, Nindya Annisa. 2017. Cyberbranding dalam membangun Brand Awareness pada Akun Instagram Ella Es Bonita (Studi Deskriptif mengenai Cyberbranding Ella Es Bonita dalam Membangun Brand

Awareness Fashion Plus-size Online di Indonesia). Bandung: Skripsi Universitas Padjajaran

**Jurnal Ilmiah Online:**

Fatimah, Siti. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran E-Commerce Melalui Website Klikhotel.com*. Bandung: Universitas Islam Bandung Dipakses pada Rabu, 1 Mei 2019 pukul 13.42 WIB

Prasetyo, Hoedi dan Wahyudi Sutopo. 2018. *Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek Dan Arah Perkembangan Riset*. Jurnal Teknik Industri, Vol 13. Diakses pada hari Minggu, 12 Mei 2019 pukul 13.31 WIB

**Internet Searching:**

<https://www.google.com/am/s/dailysocial.id/post/tokocrypto-resmi-indonesia/%3famp=1>, Diakses pada Rabu, 27 Maret 2019 pukul 08.46 WIB

<https://medium.com/@stevanihalim/revolusi-industri-4-0-di-indonesia-c32ea95033da>, Diakses pada Rabu, 27 Maret 2019 pukul 08.57 WIB

Yang, Ya Ting. 2009. *The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty*. ([https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34707438/17\\_Ya\\_Ting\\_Yang.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1555515524&Signature=caJAn6m18RYilgq8sJGALPSZt2A%3D&response-content-](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34707438/17_Ya_Ting_Yang.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1555515524&Signature=caJAn6m18RYilgq8sJGALPSZt2A%3D&response-content-)

disposition=inline%3B%20filename%3D17\_Ya\_Ting\_Yang.pdf), Diakses  
pada Rabu, 17 April 20.56 WIB