

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

A, Morissan M. 2014. *Metode Penelitian Survei. Cet-2*. Jakarta : Kencana.

Abrar, Ana Nadya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*.

Yogyakarta: LESFI.

American Marketing Association .2001. *AMA Winter Educators' Conference*,

Volume 12: University of Michigan

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*

Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung : Simbiosis Rekatama Media

Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT.

Rineka Cipta.

Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.

Bagong, Suyanto. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada

Media Group.

Breakenridge,D.2001.*Cyber Branding :Brand Building In The Digital*

Economy.London : Prentice Hall.

Bungin, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

Efendy, Onong Uchana. 2008. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung:

Remaja Rosda Karya.

- Giddens. 2002. *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Ahli Bahasa : Dwi Kartini Jaya. Edisi Revisi dan Terbaru. Jakarta : Erlangga.
- Kartajaya, Hermawan.2009. *New Wave Marketing, Te World Is Still.Round The Market Is Already Flat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka : Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Kristanto, Hari.(2010). *Facebook Sebagai Media Komunikasi*. Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Mowen, Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan ke-36, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- , 2011. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Onggo, Bob Julius. 2004. *E-PR, Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media Online*. Andi. Yogyakarta.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Prentice Hall. Jakarta.
- Sugiyono, 2000. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- .(2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- , 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Surya, Desayu Eka, dkk. 2015. *Pedoman Penulisan Skripsi dan Pelaksanaan Sidang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia*. Bandung: FISIP Unikom.
- Solihat, Manap dkk.. 2015. *Interpersonal Skill*.sBandung : Rekayasa Sains.
- Yin, Robert K. 2015. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Rajagrafindo Persada. Jakarta

B. Karya Ilmiah

- Anggraini, Chindy Ayu. 2018. *Cyber branding Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness Shopee Indonesia*. Skripsi, Jurusan Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran.
- Citra, Meiti. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pembentukan Brand Awareness Raminten Uborampe*. Skripsi, Jurusan Hubungan

Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya
Yogyakarta

Puspita, Anggun Eka 2017. *Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations*: Skripsi, Jurusan Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanegara.

C. Jurnal Ilmiah

Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael 2010. "*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*". *Business Horizons* 53 (1). p. 61.

Alan Bergstrom. 2000. "*Cyberbranding: leveraging your brand on the Internet*", *Strategy & Leadership*, Vol. 28 Issue: 4, pp.10-15

Darsono, L.I. dan B.S. Dharmmesta . 2005. *Kontribusi Involvement dan Trust In Brand Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan* : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 20 No. 3, p. 287-304.

Hardiawan, Febra dan Imam Mahdi. 2005. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan Konsumen terhadap Sebuah Merek Rokok (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta). *Fokus Manajerial*, Vol. 3, No. 1.

Rowles, D. 2014. *Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics and Measurement*. Kogan Page, Philadelphia. Vol.3 No.1

D. Internet Searching

¹<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilah-perkembangan-digital-indonesia-tahun-2018> (Tanggal akses 24 Februari 2019 pukul 11.00 WIB)

²<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia> (Tanggal akses 24 Februari 2019 pukul 13.00 WIB)

<https://www.instagram.com/nadjaniindonesia> (Tanggal akses 2 April 2019 pukul 07.00 WIB)