

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. 1991. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press. (183-193)
- Aaker, David. A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek. Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta: Mitra Utama. (102-120)
- Adianti, I Putu Gede Sukaatmaja, dan Abdullah Jawas. 2012. Analisis Ekuitas Merek Produk *Waterbased Finishing Izykote* (Kasus Di Kabupaten Gianyar). *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, Vol 6 No 2. (150-159)
- Albar, Berri Brilliant. 2011. Pengaruh *Sponsorship* Copa Indonesia Terhadap Citra Merek Dji Sam Soe. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Volume 2. Nomor 3. (19-40)
- Baird, Carolyn Heller, and Parasnis, Gautam. 2011. *From Social Media To Social Customer Relationship Management. Strategy and Leadership*. Vol. 39, Issue: 5. (30-37)
- Blackshaw, O., and Nazzaro, M. 2006. *Consumer-Generated Media (CGM) 101: Word Of Mouth in the Age Of the Web-Fortified Consumer*. New York: Nielsen Buzz Metrics White Paper. (1-13)
- Cornwell, T. Bettina, Weeks, Clinton S, and Roy, Donald P. 2005. *Sponsorship-Linked Marketing: Opening The Black Box*. *Journal of Advertising*, 34:2. (21-42)
- Effendi, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. (253-254)
- Februarini, Chintya Ayu. 2012. Pengaruh *Sponsorship* Terhadap *Brand Awareness* Djarum Super Mild: Studi Pada *Event* Jakarta International Java Jazz Festival 2012. (113)

- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (193-202)
- File, K.M dan Prince, R.A. 1992. *Positive Word-of-Mouth: Customer Satisfaction and Buyer Behaviour*. *International Journal of Bank Marketing* Vol. 10 N0.1. MCB University Press.(25-29)
- Gallaughar, J dan Ransbotham, S. 2010. *Social media and Customer Dialog Management at Starbucks*. *MIS Quarterly Executive*. Edisi 9. Jilid 4. (197-212)
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (15-40)
- Ghozali, Imam. 2014. *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (17-59)
- Godey, B., et al. 2016. *Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence on Brand Equity and Consumer Behavior*. *Journal of Business Research*. (1-9)
- Harsasi, Meirani. 2006. *Word of Mouth dalam Industri Jasa: Kaitannya dengan Sikap dan Kemungkinan Membeli*. *Jurnal Bisnis Strategi*. Volume 15. (31-41)
- Haryani, Sri. 2001. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN. (75-86)
- Herr, P. M., Kardes, F. R., Kim, J. 1991. *Effects of word of mouth and product attribute information on persuasion: An accessibility diagnosticity perspective*. *Journal of Consumer Research* 17 (March). (454-462)
- Heskett, J. L., Sasser, W. E., and Schlesinger, L. A. 1997. *The Service Profit Chain: How Leading Companies Link and Growth to Loyalty Satisfaction, and Value*. The Free Press. New York. (56)

- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPF. (97-114)
- Kartajaya, Hermawan. 2007. *Hermawan Kartajaya on Segmentation*. Bandung: PT. Mizan Pustaka. (20-24)
- Keegan, Warren J., et.al. 1995. *Marketing* Edisi 2. New Jersey: Prentice Hall. (50-55)
- Keller, Ed. 2007. *Unleashing the Power of Word of Mouth: Creating Brand Advocacy to Drive Growth*. *The Journal of Advertising Research: ARF*.
- Kelly, L., Kerr,G., dan Drennan,J. 2010. *Avoidance of Advertising in Social Networking Sites: The Teenage Perspective*. *Journal of Interactive Advertising*: 10(2). (16-27)
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga. (221)
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks. (334)
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga. (172)
- Lee, Monle dan Johnson, Carla. 2004. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Prenada Media. (102)
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., and Pan, B. 2008. *Electronic Word Of Mouth In Hospitality and Tourism Management*. *Tourism Management*, 29 (3). (458-468)
- McLuhan, Marshall. 1990. *Understanding Media: The Extention of Man*. London: Routlege. (158)
- Meenaghan, Tony. 1991. *The Role of Sponsorship in the Marketing Communications Mix*. *International Journal of Advertising*. 10:1. (35-47)

- Nurhaeni, Nelly. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word of Mouth*, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Jasa. (np)
- Prihandini, Fadiah. 2014. Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Ekuitas Konsumen Produk Sepatu Adorable. (np)
- Putra, Pramudita Adriant. 2014. Analisis Pengaruh Desain, Mutu, dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya pada Positif *Word Of Mouth*.(20-22)
- Santoso, Singgih. 2002. Statistic Parametrik, Cetakan Ketiga. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka. (94)
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business* (Metodologi Penelitian untuk Bisnis), Ed 4. Jakarta: Salemba Empat. (121)
- Shimp, Terence A. 2002. Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Penerbit Erlangga. (261-268)
- Shimp, Terence A. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat. (36-37)
- Silverman, George. 2001. *The Secret of Word of Mouth Marketing: How to Trigger Exponential Sales Through Runaway Word of Mouth*. New York: Amacom. (27-30)
- Siregar, Syofian. 2012. Statistika Deskriptif untuk Penelitian. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. (23)
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta, CV. (31)
- Sugiyono, 2011. Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta. (80)
- Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi. (40)

Tritama, Hansel Bagus dan Riswan Efendi Tarigan. 2014. Pengaruh Media Sosial terhadap *Brand Awareness* Produk Perusahaan. Fakultas Ilmu Komputer. Program Studi Sistem Informasi. Universitas Pelita Harapan. Tangerang. (1-15)

Trusov, Michael. Randolph E. Bucklin, and Koen Pauwels. 2009. Effects Of Word Of Mouth Versus Traditional Marketing: Findings From An Internet Social Networking Site. American Marketing Association: Journal Of Marketing Vol 73. (90-100)

Tsai, W. H. S dan Men, L. R. 2013. *Motivations and Antecedents of Consumer Engagement with Brand Pages on Social Networking Sites. Journal of Interactive advertising*. Edisi 13. Jilid 2. (76-87)

Wicaksono, Mohammad Pambudi Ary dan Ni Ketut Seminari. 2014. Pengaruh Iklan dan *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Traveloka. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol 5. No 8 tahun 2016. (5098-5127)

Zhu, Y. Q dan Chen, H. G. 2015. *Social Media and Human Need Satisfaction: Implications for Social Media Marketing. Business Horizons*. Edisi 58. (335-345)

<http://www.dream.co.id/lifestyle/halal-dari-awal-161103i.html> (diakses 17 November 2016)