

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1991). *Managing Brand Equity : Capitalizing on the value of a brand*. New York: The free Press
- Andreas, M Kaplan .; Michael Haenlein, 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons
- Andriyanto, Richard Darmawan dan Haryanto, Jony Oktavian. 2010. Analisis pengaruh internet marketing terhadap pembentukan *word of mouth* dan *brand awareness* untuk memunculkan *Intention to buy*. Jurnal Manajemen Teknologi, Vol 9 (No.1) halaman 20-35
- Assael, Henry, (2001), *Consumer behaviour and Marketing Action*, 6 th ed., Thompson, NY. USA.
- Azaria, Kumadji, Yaningwati. 2014. Pengaruh Internet Marketing terhadap pembentukan word of mouth dan efektivitas iklan dalam meningkatkan brand awareness (Studi pada Followers Akun Twitter Pocari Sweat di Jejaring Sosial Twitter). Universitas Brawijaya
- Cleland, RS (2000). *Building successful brands on the internet*. A Dissertation Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements of a Masters in Business Administration (MBA). University of Cambridge.
- Chi, Kuang Hsin dan Huery Ren Yeh. (2009). The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating effect of Perceived Quality and Brand Loyalty. *The journal of International Management Studies*, Vol 4.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF.
- Freddy Rangkuti. 2004. *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ferdinand, Agusty. 2006. "Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 21.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hutter, Hautz. (2013). *The impact of user Interactions in social media on brand awareness and purchase intention : The case of MINI on Facebook*. Emerald Insight

- Keller, Ed. 2007. Unleashing the Power of Word of Mouth: Creating Brand Advocacy to Drive Growth. *The Journal of Advertising Research*. ARF.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas), Cetakan Ketiga, PT. Indeks, Jakarta, 2008
- Kotler, Philip dan Amstrong. 2001. "Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran". Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. "Manajemen Pemasaran Jilid 1". Jakarta: Erlangga.
- Mohammed, R., Fisher, R., Jaworski, B. & Paddison, G. 2003, *Internet Marketing : Building Advantage in a Networked Economy*, International Edition, 2nd edn, McGraw-Hill, New York
- Mowen, Joh C dan Minor, Micahel. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Staton, Wiliam J**, 1978, *Fundamentals of Marketing*, Kogakarha, Me. Graw Hill Bokk Company Tokyo
- Saravanakumar, Suganthalakshmi. (2012). *Social Media Marketing*, Life Science Journal
- Tambunan, Patar. 2014. "Pengertian E-commerce, Manfaat serta keuntungan E-commerce" diakses pada 10 oktober 2015 di <http://www.patartambunan.com/pengertian-e-commerce-manfaat-serta-keuntungan-e-commerce/>
- Turban, Efraim, Kelly Rainer dan Richard E. Potter. 2005. *Introduction to Information Technology*, diterjemahkan oleh Deny Arnos Kwary dkk. dengan judul *Pengantar Teknologi Informasi*, Jakarta: Salemba Infotek, 2006.
- Tritama, Bagus Hansel dan Riswan Efendi Tarigan. (2014). Pengaruh Media Sosial terhadap Brand Awareness Produk Perusahaan. Universitas Pelita Harapan. (<http://swa.co.id/my-article/memperluas-brand-awareness-netizen-indonesia-melalui-media-online>) diunduh Sabtu, 05/07/2015 pukul 15.30
- (<http://swa.co.id/my-article/meningkatkan-jangkauan-bisnis-dan-penjualan-produk-dengan-pemasaran-online>) diunduh 09/09/2015

<http://mix.co.id/brand-communication/advertising/periklanan-vs-wom-marketing/>)

diunduh 12/09/2015

<http://www.romelteamedia.com>)

<http://pojokbursa.widyatama.ac.id/e-businesse-commercee-marketing/>

<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/07/pengertian-komunikasi-word-of-mouth-wom.html>