

Daftar Pustaka

- Belch, G. E. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Darmawan, D. (2013). *Metode penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dian, B. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Durianto, d. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Umum.
- Endri. (2011). *Evaluasi teknis perbankan syariah di indonesia: aplikasi two stage data envelopment analysis*. STEI Tazkia.
- engel , j., blackwell, & p w, m. (2004). *perilaku konsumen*. jakarta: binarupa aksara.
- Freddy, R. (2009). *Strategi Promosi yang kreatif*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- handayani, a. (2010). *Top Official MIM Academy Coursebook Brand peration*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Hermawan, A. (2005). *Penelitian Bisnis Pradima Kuantitatif*. Jakarta: PT.Grasindo.
- Istitanjo. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran: Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- kertamukti, r. (2015). *komunikasi visual dalam periklanan*. yogyakarta: galuh patria.
- kotler, p., & amstrong. (2014). *Principles of Marketing*. England: Paearson.
- Kotler, P., & keller, k. l. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- maharani, m., noor ali, a., & astati, h. m. (2012). *pengaruh media sosial terhadap keunggulan bersaing*. jakarta.
- mardalis. (2014). *metode penelitian suatu pendekatan proposal*. jakarta: bumi aksara.
- Matsunaga, M. (2010). How to Factor Analyze your data right do"s don'ts and how to's. . *International jornal of physicalogical research*, 97-110.
- Mike, J., & scott, p. R. (t.thn.). *Auditing Social media: A Governance and Risk Guide*. John Willey and Sons.
- Moin. (2014). *Sumber Data : Moin (2014)*.

- mugiono, K. (2012). *pengaruh kredibilitas celebrity endorser dan daya tarik iklan terhadap brand awareness dan dampaknya terhadap brand attitude sabun mandi padat lifeboy*. jakarta.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Rekatama Media.
- notoatmojo. (2010). *metodelogi penelitian kesehatan*. jakarta: rineka cipta.
- Nugroho, H. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- pallant. (2007). *spss survival manual: a step by step guide to data analysis using spss for windows 3 editionen u*. open university press.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Media Social*. Jakarta : Elex Media.
- Riese, M. P. (2010). *Using Social Media To Market Your Bussiness*. Neb Guide: University Of Nebraska Lincoln.
- rosadini, g., & ferdinand, a. t. (2012). *analisis pengaruh daya tarik media luar, popularitas endorser , dan kreativitas iklan terhadap efektivitas iklan bela guna menumbuhkan top of mind produk simcard sgm prabayar mentari*. jakarta.
- Sekaran, d. (2010). *Research Mehods for Bussiness: A Skill Building Approach*. John Willey and Sons.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley dan Sons.
- Shimp. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Sugiyono, P. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- tjiptono, & fandy. (2008). *strategi pemasaran*. yogyakarta: andi.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis edisi Kedua*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yuswohady. (2010). *Marketing Becomes Horizontal*. Jakarta: PT.Gramedia.
- Zikmund, W., Babin, J., & Griffin, M. (2013). *Business Research Method*. South Western: Cengange Learning.