

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, B., & Saladin, D. (2010). Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama). *Bandung. CV. Linda Karya.*
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2011). Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen (Edisi 1). *Yogyakarta: BPFE.*
- Durianto, D. (2003). Liana. Inovasi pasar dengan Iklan yang Efektif. *PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.*
- emarketer. Diambil Kembali dari kominfo.go.id: [https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media)
- Ferrianadewi, E. (2008). Merek & Psikologi Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Edisi Pertama.
- Keller, K. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition.* English: Pearson Education Inc
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th ed.* New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles of marketing 14th edition. *New Jearsey: Pearson Education Inc, 67.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th global ed.). *England: Pearson.*
- Laurent. (2016). Diambil kembali dari eprintd.ums.ac.id: <http://eprints.ums.ac.id/64181/2/Bab%201.pdf>
- Muri, A. (2005). Metode Penelitian (Dasar-dasar Penyelidikan Ilmiah). *Padang: Angkasa Raya.*
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.*
- Oentoro, D. (2012). Manajemen pemasaran modern. *Yogyakarta: Laksbang Pressindo.*
- Ratri, L. E. (2007). Strategi Memenangkan Persaingan Pasar. *Jakarta: Salemba Empat.*
- Saladin, D. (2002). Manajemen Pemasaran, PT. *Linda Karya Bandung.*
- Sanjaya, H. Ghozali, I.(2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (VIII).* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business, Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawati, Elis, Ari Anggarani Winadi, and Prasetyoning Tyas. 2015. "PROSIDING SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU & CALL FOR PAPERS UNISBANK (SENDI\_U) Kajian Multi Disiplin Ilmu Untuk Mewujudkan Poros Maritim Dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI." : 978-79.
- Shimp, T. A. (2014). Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dg Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri Sejenis Sampah Rumah Tangga Di Kelurahan Gunung Bahagia". *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(3), 1105-1118.
- Sugiyono. (2014). *Populasi dan sampel. Dalam Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Vol. 291, hal. 292). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundjoto, S., & HADI, A. S. (2012). PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK SUSU CAIR DALAM KEMASAN "FRISIAN FLAG". *PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK SUSU CAIR DALAM KEMASAN "FRISIAN FLAG"*, 11(01), 01-21.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). Using multivariate statistics: International edition. *Pearson 2012*.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa "Prinsip, Penerapan, dan Penelitian", Edisi 1. *CV Andi Offset. Yogyakarta*.