

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bajari, A. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi : Prosedur, Tren, Dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Creswell, J.W. 2014. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset : Memilih Di Antara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Herdiana dan Achmad Sanusi. 2015. *Manajemen strategi pemasaran*. Bandung Pustaka Setia.
- Ibrahim. 2015. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Mamang, E. sangadji dan sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis)*. Yogyakarta: Andi.
- McQuail, Dennis. 2009. *Mass Communication Theory*. London : Stage Publication, Ltd
- McQuail, Denis. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, tuhu. 2014. *WWW.HM Defining Your Digital Strategy*. Jakarta: Upnormal Publishing.
- Rakhmat, J. 2012. *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan et, al. 2013. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

- Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F et,al. 2008. *Pemasaran Strategik*.Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Wulandari, agustina. 2014. *Kaya Raya menjadi Raja Bisnis Online*. Yogyakarta: Flashbooks.

Jurnal

- Amalina, Annisa. 2016. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Follower Twitter Mizone @Mizoneid*. Jurnal Nasional. Universitas Negeri Surabaya.
- Ariadi, Sigit. 2014. *Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Loyalitas Merek Indosat Im3*. Jurnal Nasional.
- Bagus, H. Tritama dan Riswan Efendi T. 2014. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Brand Awareness Produk Perusahaan*.
<https://www.academia.edu/10214930/> diakses pada 11 Oktober 2016.
- Bashar, A. Dkk. 2012. *Effectiveness Of Social Media As A Marketing Tool: An Empirical Study*. Jurnal Internasional. www.indianresearchjournals.com diakses pada 13 Oktober 2016.
- Hendriasnyah, R.S. 2013. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity*. Skripsi. Universitas Maranatha.
- Iqbal, M. Alamsyah. 2015. *Pengaruh Inovasi Produk Dan Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Merek Lokal Sepatu Kulit Di Bandung*. Jurnal Nasional. <http://jurnal-inaba.hol.es/index.php/JIM/article/viewFile/63/55> diakses pada 13 Oktober 2016.
- Kim, Ji-Hern and Dongwon Min. 2014. *The effects of brand popularity as an advertising cue on perceived quality in the context of internet shopping*. Jurnal Internasional.

- Marsya, J. Arifin. 2014. *Analysis On The Impact Of Brand Equity Toward Consumers Purchasing Intentions*. Skripsi.
<https://www.academia.edu/9477330/> diakses pada 11 Oktober 2016.
- Megawati, A.P. 2014. *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Pradiptarini, C. 2011. *Social Media Marketing: Measuring Its Effectiveness and Identifying the Target Market*. Jurnal Internasional.
<https://www.uwlax.edu/urc/JURonline/PDF> diakses pada 11 Oktober 2016.
- Prihandini, F. 2016. *Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Ekuitas Konsumen Produk Sepatu Adorable*. Jurnal Nasional. Universitas Indonesia.
- Rahadiansyah, Arief. 2010. *Brand Equity Jonas Photo Bandung*. Skripsi. Universitas Padjajaran.
- Rodrigues, P & Francisco V. M. 2016. *Perceptual And Behavioural Dimensions: Measuring Brand Equity Consumer Based*. Jurnal Internasional.
<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/> diakses pada 11 Oktober 2016.
- Vikasari, Tiara. 2016. *Pengaruh Ekuitas Merek Telkomsel Terhadap Perilaku Pembelian Ulang*. Skripsi. Telkom University.
- Vinerean, S. Dkk. 2013. *The Effects of Social Media Marketing on Online Consumer Behavior*. Jurnal Internasional.
<http://dx.doi.org/10.5539/ijbm.v8n14p66> diakses pada 12 Oktober 2016.
- Zilfania dan Elysa. 2014. *Sosial Media Marketing Twitter Dan Brand Image Restoran Burger*. Jurnal Nasional. Universitas Negeri Riau.

Web Online

- Amelia, Rifki. 2014. <http://careernews.id/issues/view/2577-Jadi-Apa-Itu-Industri-Kreatif> diakses pada 02 november 2016.
- Ardista, Aulia. 2016. <http://www.curiositiescabi.net/2016/02/bandung-kota-kreatif-unesco.html> diakses pada 03 November 2016.

Matoa Indonesia. 2016. <https://www.matoa-indonesia.com>, diakses pada 05 November 2016.

Nuryani.2016.[http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-
raya/2016/05/14/bandung-percontohan-kota-kreatif-369078](http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-
raya/2016/05/14/bandung-percontohan-kota-kreatif-369078) diakses pada 02 november 2016.

Brilio.net.2016. [https://www.brilio.net/wow/10-jam-tangan-kayu-ini-ternyata-
asli-buatan-indonesia-keren-abis-161122i.html](https://www.brilio.net/wow/10-jam-tangan-kayu-ini-ternyata-
asli-buatan-indonesia-keren-abis-161122i.html) diakses pada 23 November 2016.

Unescopress. 2015. [http://www.unesco.org/new/en/media-services/single-
view/news/47_cities_join_the_unesco_creative_cities_network/#.VoI7lbZ9
7IX](http://www.unesco.org/new/en/media-services/single-
view/news/47_cities_join_the_unesco_creative_cities_network/#.VoI7lbZ9
7IX) diakses pada 02 November 2016.