

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. (2010). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bogdan, R. C dan Biklen, S. K. (1982). *Qualitative Research for Education An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Bacon, Inc
- Creswell, John W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Creswell, John W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Effendy, Onong Uchajana. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori & Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Esterberg, Kristin G. (2002). *Qualitative Methods In Social Research*. New York: Mc Grow Hill
- Fill, Chris. (2009). *Marketing Communication: Interactivity, Communities, and Content*. Italy: Rotolito Combaro
- Herbig, Paul, John Milewicz and Jim Golden. (1994). "A Model of Reputation Building and Destruction". *Journal of Business Research*, Vol.31
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Universitas Negeri Malang: Erlangga
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga
- Kennedy, John dan RD Soemanagara. (2006). *Marketing Communication: Taktik & Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer
- Khatri, Puja. (2006). *Celebrity Endorsment: A Strategic Promotion Perspective*. *Indian Media Studies Journal*. India

- Kotler, Philip. (1995). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1 Terjemahan*. Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1 Terjemahan*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1 Terjemahan*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Perdana Media Group.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley
- Moleong, (2005). *Metodologi Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Moleong. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya
- Moleong. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nasution. (1998). *Metodologi Penelitian Naturalistic*. Bandung : PN. TARSITO
- Nova, Firzan. (2009). *Crisis Public Relations*. Jakarta: PT Grasindo
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta
- Prastowo, Andi. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Prespektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Prisunanto, Ilham. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press
- Purba, Amir, dkk. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Perss
- Royan, Frans M. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terbaru Edisi ke-5 Jilid 1* Jakarta: Erlangga

Sugiyono, Prof. Dr. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta

Sugiyono, Prof. Dr. (2015). *Memahami Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta

Sulaksana, Uyung. (2003). *Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Sumarwan, Ujang. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Sunarto, Kamanto. (2004). *Pengantar Sosiologi (edisi ketiga)*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

Swastha, Basu. (1997). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Liberty

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi. Rosdakarya Offset

Winardi. (1989). *Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)*. Bandung: Mandar Maju

Skripsi

Gita, Devi. (2015). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada Perusahaan Online Zalora.co.id*. Bandung: Universitas Telkom

Lily, Fonna H. (2013). *Strategi Komunikasi Pemasaran Batik*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah

Saputra, Indra. (2012). *Strategi Komunikasi Bagian Pemasaran PT Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Bandung Melalui Promosi Tiket Dalam Menarik Minat Pelanggannya*. Bandung: Universitas Ilmu Komputer

Sawitri. (2010). *Strategi Komunikasi Pemasaran Combi Kid and Veggie Dalam Membentuk Brand Awareness Masyarakat*. Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran

Wijaya, Bonaventura A. (2010). *Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Brand Personality*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya

Jurnal Nasional

Dina, dan Agus Purtanto. (2013). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Event Dalam Pembentukan Brand Equity*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya

Prawira, R. Yogie, Slamet Mulyana, dan Teddy Kurnia. (2012). *Hubungan Karakteristik Brand Ambassador Honda Spicy Helm-In Dengan Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen*. Bandung: Universitas Padjajaran.

Putra, Muhammad Ikhsan, Suharyono, dan Yusri A. (2014). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. Surabaya: Universitas Brawijaya

Setiawan, Fernando Pramudhya. (2016). *Implementasi Kebijakan Komunikasi Pemasaran PT Kereta Api (Persero) Daop VI Yogyakarta Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret

Soliha, Euis. *Membangun Merek Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran*. Semarang: Universitas Stikubank

Jurnal Internasional

Eagle, Lynne, Philip J. Kitchen, dan Sandy Bulmer. (2007). *Insights Into Interpreting Integrated Marketing Communication: A Two-Nation Qualitative Comparison*. European Journal of Marketing

Joshi, Vivek, dan Supreet Ahla-walia. (2008). *The Impact Of Celebrity Endorsment On Consumer Brand Preferences*. Manipal University Dubai Campus

Martin, Ingrid Mu., David W. Stewart, dan Shashi Matta. (2005). *Branding Strategies, Marketing Communication, and Perceived Brand Meaning: The Transfer Of Purposive, Goal-Oriented Brand Meaning to Brand Extensions*. Journal Of Marketing

Rehman, Shakeel-Ul, dan Dr. M. Syed Ibrahim. (2011). *Integrated Marketing Communication and Promotions*. Researchers World, Journal Of Arts, Science & Commerce, International Refereed Research Journal, Vol. II.

Spotts, Harlan E., dan Marc G. Weinberger. (2010). *Marketplace Footprints: Connecting Marketing Communication and Corporate Brands*. European Journal Of Marketing

Madhavaram, Sreedhar; Badrinarayanan, Vishag; McDonald, Robert E (2005). *Integrated Marketing Communication (IMC) and Brand Identity as Critical Components of Brand Equity Strategy: A Conceptual Framework and Research Propositions*. Journal of Advertising. 34 (4): 69-80.

Internet

www.repository.telkomuniversity.ac.id

<https://kai.id/>

<http://eprints.ums.ac.id>

<http://e-journal.uajy.ac.id>

<http://unisbank.ac.id>

<http://digilib.uin-suka.ac.id>

<https://library.upnvj.ac.id/>

<https://journals.unpad.ac.id/>

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>

<https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/>

<https://www.scribd.com>

<http://link.springer.com>

<http://www.emeraldinsight.com>

<http://researchersworld.com>

<http://www.emeraldinsight.com>