

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alma, Buchari. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Blake, Reed H dan Haroldsen, Edwin O. (2003). *Taksonomi Konsep Komunikasi, Cetakan Ke-1. Terj. Hasan Bahanan*. Surabaya: Papyrus.
- Clow, Kenneth E. dan Donald Baack. (2010). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Upper Saddle River: Pearson Education. Inc.
- Devito, Joseph A. (1997). *Komunikasi Antar Manusia (Edisi Kelima)*. Jakarta: Profesional Books.
- Durianto, Darmadi, dkk. (2004). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif, Strategi, Program dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ehrlich, Evelyn dan Duke Fanelli. (2006). *The Financial Services Marketing Handbook*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Estawara, B. Helpris. (2008). *Think IMC!*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fill, Chris. (2009). *Marketing Communications Interactivity, Communities and Content (Fifth Edition)*. Harlow: Pearson Education Limited.

- Kitchen, Philip J. (2006). *Marketing Communications: Principles and Practice*. London: Thomson Learning.
- Kotler, Philip & Waldemar Pfoertsch. (2006). *B2B Brand Management*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Principles of Marketing (12th Edition)*. Upper Saddle River: Pearson Education. Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.(2010). *Principles of Marketing (13th Edition)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran. (Jilid I, Edisi 12)*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kunde, Jesper. (2002). *Unique Now or Never*. London: Pearson Education Limited.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rahman, Arif. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Jakarta: TransMedia.
- Rangkuti, Freddy. (2004). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan dan Akdon. (2007). *RUMUS dan DATA dalam Aplikasi Statistika untuk Penelitian (Administrasi Pendidikan – Bisnis – Pemerintahan – Sosial - Kebijakan Ekonomi – Hukum - Manajemen - Kesehatan) Cetakan Ke-2*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan dan Engkos Ahmad Kuncoro. (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Sandjojo, Nidjo. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

- Sarwono, Jonathan. (2006). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Peneitian untuk Bisnis (Edisi ke-4)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sexton, Don. (2006). *Trump University Marketing 101*. Jakarta: Buana Ilmu Populer.
- Simamora, Bilson. (2003). *AURA MEREK: Tujuh Langkah Membangun Merek yang Kuat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Smith, Paul Russell dan Jonathan Taylor. (2010). *Marketing Communications An Integrated Approach 4th Edition*. London : Kogan Page.
- Soemirat, Soleh & Elvinaro Ardianto. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya
- Sudarmayanti dan Syarifudin Hidayat. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharsaputra, Udar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Susanto, A.B dan Himawan Wijanarko. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Penerbit Quantum.

- Tjiptono, Fandy dan Candra Gregorius.(2005). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media
- Umar, Husein. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 2*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Vardiansyah, Dani. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Skripsi:

- Halawa, Firman. (2011). *Pengaruh Brand Image Produk Motor Honda terhadap Minat Beli pada PT Astra Honda Motor (AHM)*. Skripsi Sarjana pada FE Universitas Kristen Maranatha Bandung: tidak diterbitkan.
- Hapsari, Ajeng, P. (2007). *Celebrity Endorser, Typical-Person Endorser Iklan Televisi dan Brand Image Produk (Studi Kasus Pada Pond's Age Miracle)*". Skripsi Sarjana pada FE Universitas Padjadjaran Bandung: tidak diterbitkan.
- Harsono, Felice. (2011). *Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar XL Bebas*. Skripsi Sarjana pada FE Universitas Kristen Maranatha Bandung: tidak diterbitkan.
- Putri, Made Irinna Dwi. (2010). *Promosi Penjualan Produk IM2 terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Bandung Tahun 2010*. Skripsi Sarjana pada SMTM Institut Manajemen Telkom Bandung: tidak diterbitkan.
- Sari, Derti Kristiana. (2010). *Pengaruh Komunika-si Massa Kartu Selular XL terhadap Brand Image XL di Bandung Tahun 2010*.

Skripsi Sarjana pada SMTM Institut Manajemen Telkom Bandung: tidak diterbitkan.

Senchaki, Gery Faizal. (2011). *Pengaruh Co-Branding dan Sales Promotion terhadap Minat Beli*. Skripsi Sarjana pada SMTM Institut Manajemen Telkom Bandung: tidak diterbitkan.

Sonjaya, Erik. (2007). *Pengaruh Program Promosi Penjualan dan Periklanan Flexi Sureprice terhadap Sikap Konsumen di Subang*. Skripsi Sarjana pada SMTM Institut Manajemen Telkom Bandung: tidak diterbitkan.

Internet:

<http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?page=1&submit.x=0&submit.y=0&qual=high&fname=/jiunkpe/s1/masa/2010/jiunkpe-ns-s1-2010-36406085-15089-brand-chapter2.pdf> diakses pada 2 Oktober 2012 pukul 09:09 WIB.

<http://id.shvoong.com/business-management/management/2188613-definisi-brand-merek/> diakses pada 2 Oktober 2012 pukul 09:09 WIB.

<http://id.shvoong.com/social-sciences/communication-media-studies/2181313-definisi-atau-pengertian-citra/> diakses pada 3 Oktober 2012 pukul 19:20 WIB.

<http://inet.detik.com/read/2012/10/23/202633/2070932/328/mimpi-telkomsel-jadi-operator-nomor-1-dunia> diakses pada 2 November 2012 pukul 09:58 WIB.

<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/05/membangun-brand-image-produk.html> diakses pada 1 Juni 2012 pukul 12:13 WIB.

<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/05/membangun-brand-image-produk.html> diakses pada 3 Oktober 2012 pukul 19:50 WIB.

<http://operatorseluler.com/blog/2011/05/09/telkomsel-ukir-sejarah-baru-dengan-100-juta-pelanggan/> diakses pada 2 November 2012 pukul 09:58WIB.

<http://organisasi.org/strategi-jenis-macam-dan-pengertian-merek-merk-brand-produk-barang-dan-jasa-manajemen-pemasaran> diakses pada 1 Juni 2012 pukul 12:13 WIB.

<http://pascaunesa.academia.edu/AzkaNabilaIslami/Papers/1209807/Pengaruh-Citra-Merek-Brand-Image-Terhadap-Keputusan-Pembelian-Produk-Sophie-Martin-Pada-Mahasiswa-Lembaga-Pendidikan-Politeknik-MBP-Medan> diakses pada 3 Oktober 2012 pukul 19:50 WIB.

http://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=213&iddoc=766&data-data_page=2 diakses pada 27 Februari 2013 pukul 07:57 WIB.

<http://tekno.kompas.com/read/2011/02/08/15104079/Telkomsel.Boyong.4.Top.Brand.Award> diakses pada 2 November 2012 pukul 09:47 WIB.

<http://www.scribd.com/doc/55702402/11/Definisi-Brand> diakses pada 2 Oktober 2012 pukul 09:09 WIB.

<http://www.telkomsel.com/about/corporate/368-Profile.html~8761> diakses pada 2 November 2012 pukul 09:56 WIB.

<http://zoeldhan-informatika.blogspot.com/2011/11/pengertian-brand-image-citra-merek.html> diakses pada 3 Oktober 2012 pukul 19:50 WIB.