

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2009). *Strategic Market Management*. Edisi Keempat. John Willey dan Sons, Inc., New York.
- Adjei, M. T., Noble, S. M., dan Noble, C. H. (2010). *The Influence of C2C Communications In Online Communities On Customer Purchase Behavior*. *Journal of The Academy of Marketing Science*. 38, hal 634-653.
- Basalamah, F. M. (2010). *Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Word Of Mouth*. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. 17 (1), hal 79-89.
- Bustan, M. T., (2014). Club Vespa di Sulteng Terbesar ke-3 di Indonesia. *Liputan6.com*, 21 Juni 2014 diakses dari <http://otomotif.liputan6.com/read/2066247/club-vespa-di-sulteng-terbesar-ke-3-di-indonesia> pada tanggal 19 Agustus 2014.
- Davidson, McNeil dan Ferguson, (2007). *Magazine Communities: Brand Community Formation In Magazine Consumption*. *International Journal of Sociology and Social Policy*.
- Hair J. F., Anderson R. E., Tatham R. L., Black W. C. (2010). *Multivariat Data Analysis With Reading*. Edisi Keempat. Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Hasto Palupi, D. (2007). *Survei Konsumunitas 2007: Potensi dan Ekspresi Komunitas Konsumen Indonesia*. *Majalah SWA 24/XXIII/8* pada tanggal 21 November 2007.
- Kartajaya, H. (2002). *Hermawan Kartajaya On Marketing*. Edisi Pertama. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesepuluh. (Diterjemahkan oleh: Teguh, H. et al.). PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketiga Belas. (Diterjemahkan oleh: Sabran, B.). Erlangga, Jakarta.
- Laroche, M., Habibi, M. R., dan Richard, M. O. (2013). *To Be or Not To Be In Social Media: How Brand Loyalty is Affected by Social Media?*. *International Journal of Information Management*. 33, hal 76-82.
- Liaw, G. F. (2008). *A Study On The Influence of Consumer's Participation In a Brand Community On Purchase Intention*. *Journal of Global Conference on Business and Economics*, 8.

- McAlexander, J. H., Koenig, H. F., dan Schouten, J. W. (2002). *Building of Brand Community*. Journal of Marketing, 66, hal. 38-54.
- McAlexander, J. H., Koenig, H. F., dan Schouten, J. W. (2006). *Building Relationships of Brand Community in Higher Education: A Strategic Framework for University Advancemen*. International Journal of Educational Advancement, 6 (2).
- Muniz, A. M. Jr., dan O'Guinn, T. C. (2001). *Brand Community*. Journal of Consumer Research. Vol. 27, March p. 412-432.
- Rahmawati, A. K., dan Taurina D. (2011). *Analisis Pengaruh Advertising dan Word Of Mouth Terhadap Brand Image yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian*. (tidak dipublikasikan).
- Ray, N. (2013). Komunitas Vespa Indonesia Terbesar Kedua Setelah Italia. Otosia.com, 22 Maret 2013 diakses dari <http://www.otosia.com/berita/komunitas-vespa-indonesia-terbesar-kedua-setelah-italia.html> pada tanggal 19 Agustus 2014.
- Retno, H. Y. (2008). Vespa.. Vespa.. Vespa.. .Yahoo.com, 16 Maret 2008 diakses dari <http://groups.yahoo.com/neo/groups/vespa-indonesia/conversations/messages/39516> pada tanggal 19 Agustus 2014.
- Schau, H. J., Muniz A. M., dan Arnould, E. J. (2009). *How Brand Community Practices Create Value*. Journal of American Marketing Association. Vol. 73, September p. 30-51.
- Schiffman, L. G. dan Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour*. Edisi Kesepuluh. Pearson Printice Hall, New Jersey.
- Setiadi, N. J., (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Simamora, B. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Skinner, B. F., (1938). *The Behavior of Organisms: An Experimental Analysis*. B. F. Skinner Foundation, Cambridge, Massachusetts.
- Suhartomo, Y. A. (2010). *Analisis Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pemilihan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. FEB UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Sumardi (2007). *Password Menuju Sukses: Rahasia Membangun Sukses Individu, Lembaga, dan Perusahaan*. Erlangga, Jakarta.

Sweeney, J., dan Swait, J. (2008). *The Effects of Brand Credibility On Customer Loyalty*. *Journal of Retailing and Customer Services*. 15 p. 179-193

Yuswohady (2004). *Built To Last Company*, 22 September 2004 diakses dari www.wartaekonomi.com pada tanggal 19 Agustus 2014.