

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Brogi, Stefano; Armando Calabrese; Domenico Campisi; Guendalina Capece; Roberta Costa; and Francesca Di Pillo. (2013). *The Effects Of Online Brand Communités on Brand Equity in the Luxury Fashion Industry*.
- Cooper, Donald R., & Schindler, Pamela S. (2011). *Business Research Methods* (11th ed.). New York: Mc GrawHill/Irwin.
- Darmawangsa, A. A. Bagus and I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. (2015). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen*.
- Djaslim, Saladin. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Erlangga, Lupiyoadi Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rajam, S. Thiraviya Regina and S. Briito.Ramesh Kumar. (2014). *Security and Privacy issues in Social Network Services: An Overview*.
- Sadek, Heba and Sarah Elwy. (2017). *The Impact of Social Media Brand Communication on Consumer-Based Brand Equity Dimension Through Facebook in Fast Moving Consumer Goods: Egypt Case*.

- Schivinski, Bruno and Dariusz Dabrowski. (2014). *The Impact of Brand Communication on Brand Equity Through Facebook*.
- Schivinski, Bruno. (2015). *Effects Of Social Media Communication On Brand and Purchase Intention*.
- Soewandi, Melinda. (2015) , *The Impact of Social Media Communication Forms on Brand Equity Dimensions and Consumer Purchase Intention*. Cetakan Ketiga. Jakarta: PT. Indeks
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surachman. (2008). *Dasar-dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono and Gregorius Chandra. (2007). *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Ofset.

