

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. "Aaker On Branding", Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2015.
- Azoulay. Audrey dan Jean Noel, Kapferer. Do brand personality scales really measure brand personality?. French: Henry Stewart Publication. 2003.
- Bersendawa, George & Bersendawa, Michael. Periklanan dan Promosi: Perspektif komunikasi pemasaran terpadu. edisi ke-9. New York: McGraw- Hill Companies, Inc. tahun 2012.
- Cannon P Joseph, Parrealt William dan Mc Carthy. Pemasaran dasar, pendekatan manajerial global, Jakarta: Salemba empat. 2008.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: UNDIP. 2015.
- Kaplan, M. A and Haenlein. M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53(1) Jan-Feb 2010 59- 68. 2010.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. Prinsip Prinsip Pemasaran 11e. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2008.
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. *Marketing management* 14e. England: Pearson Education. 2012.
- Neti, Shishira.(2011) Media sosial dan perannya dalam pemasaran. Internasional Sebuah jurnal komputasi perusahaan dan sistem bisnis.
- Ocktaria, Rossa, dan Kumadji, Srikandi, *Pengaruh Brand Persnality dan Sales Promotion terhadap Brand Equity dan Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.23 No.1 Malang: UB. 2015.
- Richter A., Koch M. *Perangkat Lunak Sosial-Status quo und Zukunft*. Technischer Bericht Nomor 2007-01, Fakultas Informatika. Universitas Tentara Federal Jerman Munich. 2007.
- Reduwan, Kunkoro, Enks. "Cara Menggunakan dan Menginterpretasikan Analisis Jalur, Bandung: Alpha Beta. 2014.
- Sugiyono. "Statistik non parametric". Bandung: Alfabeta. 2015.