

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bilson, Simamora. (2004). *Panduan riset perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Brown, Eileen. (2010). *Working the crowd: social media marketing for business*. UK: British Informatics Society Limited (BISL).

Durianto, Darmadi., Sugiarto., dan Tony Sitinjak. (2004). *Strategi menaklukkan pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Evans, D. (2008). *Social media marketing: an hour day*. Canada: Wiley Publishing Inc.

Falls, Jason dan Erik Deckers. (2012). *No bullshit social media: The all-business, no-hype guide to social media marketing*. USA: Pearson Education, Inc.

Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handayani, Desy. dkk. (2010). *The official mim academy coursebook brand operation*. Jakarta: Erlangga.

Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS.

- Irwansyah. (2011). *Corporate & Marketing Communications*. Jakarta: PUSKOMBIS Mercubuana.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2012). *Marketing management 14th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- McDaniel, Carl dan Roger Gates. (2007). *Marketing Research: Seventh Edition*. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Mulianto, Cahyadi dan Widjajakusuma. (2006). *Panduan lengkap supervisi diperkaya perspektif syariah*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Nazir, Moh. (2005). *Metode penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- O'Brien, James A. (2006). *Pengantar system informasi Edisi ke 12*. Jakarta: Salemba Empat.
- Percy, Larry. (2008). *Strategic integrated marketing communications*. Canada: Elsevier Inc.
- Riduwan. (2013). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta
- Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda. (2011). *SPSS Vs BISREL: Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sernovitz, A. (2009). *Word of mouth marketing*. New York: Kaplan Inc.
- Silverman, G. (2011). *The secrets of word-of-mouth marketing (second edition)*. New York: Amacom.
- Smith, PR. dan Ze Zook. (2011). *Marketing communications: Integrating offline and online with social media*. Great Britain: Ashford Colour Press.

- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Strauss, Judy dan Frost, Raymond. (2012). *E-Marketing edisi internasional ke 6*. London: Pearson
- Sugiyono, Prof. Dr. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, r & d*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. (2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: MedPress.
- _____. (2012). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tunggal, Amin Widjaja. (2005). *Brand Management: Suatu Pengantar*. Jakarta: Harvarindo.
- Tuten, Tracy L. (2008). *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. Greenwood Publishing Group.
- Umar, Husein. (2008). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wibisono, Dermawan. (2008). *Riset Bisnis: Panduan bagi Praktisi dan Akademisi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Zarella, Dan. (2011). *The social media marketing book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.

Jurnal:

Marsha Nishia Sukandar Putri, 2014
Pengaruh social media terhadap tahapan pembentukan brand awareness xl sebagai penyedia jasa layanan mobile internet
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Bruhn, Manfred., Verena S., and Daniel B.S. (2012). *Are social media replacing traditional media in terms of brand equity creation?. Journal of Management Research*, 35 (9), hlm. 770-790.
- Kaplan, Andreas M & Michael Haenlein. (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. Business Horizons*, 53, hlm 59-68.
- Maharani, Mutia., Ali Noor dan Astuti. (2012). *Faktor-faktor Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Coffe Toffe Indonesia.. Jurnal Teknik Pomis*, 1(1), hlm 1-6.
- Pradiptarini. Charity. (2011). *Social Media Marketing: Measuring Its Effectiveness and Identifying the Target Market. UW-L Journal od Undergraduate Research XIV*, hlm 1-11.
- Raihan, N. Ab Hamid. Romiza, Md A dan Aw Yoke. (2013). *Social media: an emerging dimension of marketing communication. Journal of Management and Marketing Research*.
- Uitz, Iris. (2012). *Social Media – Is It Worth The Trouble?. Journal of Internet Social Networking & Virtual Communities*, hlm 1-14.

Internet:

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). *Indonesia internet users*.

[Online]. Tersedia di:

<http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/page/halaman-data/9/statistik.html>

[Diakses 6 Maret 2014]

Markeeters. (2013). *Markplus Insight: Pengguna internet indonesia 74 juta di tahun 2013*. *Markeeters Magazine* [Online]. Tersedia di: <http://www.the-marketeers.com/archives/Indonesia%20Internet%20Users.html>

[Diakses 6 Maret 2014].

Marketing.co.id. (2011). *Social Media Measurement*. [Online]. Tersedia: <http://www.marketing.co.id/social-media-measurement/> [Diakses 6 Maret

2014]

Top Brand. *Top brand isp mobile tahun 2010-2014*. [Online]. Tersedia di: www.topbrand-award.com [Diakses 6 Maret 2014].

UU Pasal 1 No 15 Tahun 2001. *Tentang merek*. [Online]. Tersedia di: <http://www.pu.go.id/satminkal/itjen/lama/hukum/uu15-01.htm>

[Diakses 8 Maret 2014].

Website PT. XL Axiata. www.xl.co.id. [Diakses 10 Maret 2014]

Wommapedia. *What is word of mouth marketing*. [Online]. Tersedia di: <http://www.wommapedia.org/#section1> [Diakses 8 Maret 2014].

Lainnya:

Annual Report XL Tahun 2010-2013.

Astuti, S.W dan Cahyadi, I.G. (2007). *Pengaruh elemen ekuitas merek terhadap rasa percaya diri pelanggan di Surabaya atas keputusan pembelian kartu perdana*. *IM3*. Majalah Ekonomi, Tahun XVII, No 2 Agustus 2007.

Majalah Marketing Edisi 10/XIII/Oktober 2013.