

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, H. P. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Data Demografi, Promosi terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif Dan Pengaruhnya Terhadap Budaya Konsumerisme Relatif Pada Konsumen KFC Kota Makassar (Doctoral dissertation, Tesis).
- Anisah, Sarah. 2016. "Pengertian Pemasaran Online Menurut Para Ahli".
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). Principles of marketing. Pearson Australia.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- A Shimp Terence 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi Jakarta : Salemba Empat
- Grewal, Dhruv, Krishnan, R. Baker, Julie and Borin, Norm, 1998, The Effect of Store Name, Brand Name and Price Discounts on Consumers' Evaluations and Purchase Intentions, *Journal of Retailing* 74 (3), 331-352.
- Ghozali, Imam. 2009. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*". Semarang : UNDIP.
- (2016). Efektifitas Endorsment Pada Media Sosial Instagram Pada Produk Skin Care. *Bina Insani ICT Journal*, 3(1), 43-50.
- Istijanto, Oei. 2010. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2008. "Prinsip-prinsip Pemasaran". Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2006, *Marketing management*, 12th Edition, New Jersey : Pearson Education.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2010. *Principles of Marketing (Edisi 13)*. United States of America: Pearson.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2012. *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Journal of brand management*, 9(4), 249-261.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, Global Edition*, 15. Published by Pearson Education, Inc.
- Kuncoro, Mudrajat, 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Edisi Keempat, Jakarta, Erlangga.
- Manuel, Yosan. 2013. "Inovasi Dampak Jasa Iklan Berbasis Elektronik (E-Marketing), Studi Kasus pada PT Digital Netwerk Venture Indonesia". *Jurnal JIBEKA7* (3) : 65-69.
- Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Penerbit Prenada Media. Jakarta.
- O'Brien dan Marakas, 2010. *Management System Information*. McGraw Hill, New York.
- Panggabean, E. 2010. *Buku Pintar Kopi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia
- Rangkuti, Fredy. (2002). *Measuring Customer Satisfaction, Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-JP.* , Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Rosendorff, D. (2003). Brand Boosting-Blurring the Line between Entertainment and Endorsment. *Australian Screen Education Online*, (32), 28.
- Rossiter, J. R., & Smidts, A. (2012). Print advertising: Celebrity presenters. *Journal of Business Research*, 65(6), 874-879.

- Rossiter, J. R., & Percy, L. (1987). *Advertising and promotion management*. McGraw-Hill Book Company.
- Ruslan, Rosady. (2010). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Edisi pertama, cetakan ke 5. Jakarta : Rajawali Pers.
- Susanto, AB dan Himawan Widjanarko.2004. *Power Branding*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen
- Simamora, Bilson.2003.*Aura Merek*. Jakarta: PT.Ikrar Mandiri Abadi
- Simamora, Bilson. (2004)*Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Saravanakumar, M., & SuganthaLakshmi, T. (2012). *Social media marketing*. *Life Science Journal*, 9(4), 4444-4451.
- Schiffman & Kanuk, (2007), *Perilaku Konsumen*, dialihbahasakan oleh Zulkifli Kasip, Edisi Ketujuh, Penerbit PT. Indexs. Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Setiawan, L. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 53-60.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian (Editor). 2010. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sokolova, M., & Bobicev, V. (2015). *Learning Relationship between Authors' Activity and Sentiments: A case study of online medical forums*. In *Proceedings of the International Conference Recent Advances in Natural Language Processing* (pp. 604-610).
- Spais, G. (2010). *Search Engine Optimization (SEO) as a dynamic online promotion technique: The implications of activity theory for promotion managers*. *Innovative Marketing*, 6(1), 7-24.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA.
- Sugiono. 1999. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Edisi Kedua. Bandung: CV Alfa Beta.

Taufiq, Deden Rizal. 2016. *Pengaruh Online Servicescape dan Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek*. Skripsi (S1) thesis. Bandung. Ekonomi Unpas.

Uma Sekaran, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.

<https://prokabar.com/penikmat-kopi-sejati-riza-shahab-rela-banting-stir/>

<https://radarjember.jawapos.com/2018/08/28/riza-shahab-artis-ibu-kota-yang-pilih-pulang-kampung-bikin-kedai-kopi/>

