



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan E-Book:

- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Public Relations Suatu Pendekatan Praktis*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Buckingham, Ian P. 2008. *Brand Engagement : How Employees Make or Break Brands*. E-book. New York: Palgrave Macmillan. Diakses pada 8 Desember 2016. <http://libgen.me/view.php?id=490816>
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Charlesworth, Alan. 2015. *An Introduction to Social Media Marketing*. E-book. New York: Routledge. Diakses pada 16 Oktober 2016. <http://libgen.me/view.php?id=1398502>
- Evans, D. & McKee, J., 2010. *Social Media Marketing The Next Generation of Business Engagement*. Canada: Wiley Publishing Inc. Diakses pada 23 Oktober 2016. <http://libgen.me/view.php?id=383211>
- Funk, Tom. 2013. *Advanced Social Media Marketing: How to Lead, Launch, and Manage a Successful Social Media Program*. New York: Apress Media. Diakses pada 22 Oktober 2016. <http://libgen.me/view.php?id=880122>
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. 7 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Keller, Kevin Lanne. 2013. *Strategic Brand Management*. 4th ed. United States: Courler.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey : Pearson Education

- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi 1st Edition*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi 4th Edition*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lipschultz, Jeremy Harris. 2015. *Social Media Communication : Concepts, Practices, Data, Law, and Ethics*. United States: Publishers Graphics.
- Mayfield, Antony. 2008. *What Is Social Media. E-book*. iCrossing. Diakses pada 25 Januari 2017. http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf
- Meyerson, M., 2010. *Success Secrets of The Social Media Marketing Superstars*. USA: Entrepreneur Media Inc.
- Primarni, Amie. 2010. *Introduction to Public Relations*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. 2013a. *Kampanye Public Relations*. 7 ed. Jakarta: Rajawali Press.
- Ruslan, Rosady. 2013b. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ryan, D. & Jones, C., 2012. *Understanding Digital Marketing*. 2nd ed. India: Replika Press Pvt Ltd.
- Sheehan, M. & Xavier, R., 2011. *Public Relations Campaigns*. Hong Kong: Shek Wah Tong Printing Press Ltd.
- Sugiyama, K. & Andree, T., 2011. *The Dentsu Way*. United States: Mc Graw-Hill.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tukiran, S. E., 2012. *Metode Penelitian Survei*. Revisi ed. Yogyakarta: LP3ES.
- Widjaja, B.T., 2009. *Lifestyle Marketing*. Jakarta: Gramedia.

Jurnal dan Artikel Online :

- Alfiansyah, Fauzi. 2016. "Media Sosial Seharusnya Jadi Sarana Perkuat Kedaulatan Politik". Merdeka.com. 18 November. Diakses 24 November 2016. <https://www.merdeka.com/peristiwa/media-sosial-seharusnya-jadi-sarana-perkuat-kedaulatan-politik.html>
- Amelie, Siska F. Deil. 2015. "Ini Dia Minuman yang Paling Laris di Indonesia". Liputan6.com. 23 Januari. Diakses 1 Februari 2017. <http://bisnis.liputan6.com/read/2165279/ini-dia-minuman-yang-paling-laris-di-indonesia>
- Aprifky, Aulia. 2015. "Perbedaan Antara Digital Marketing dan Media Sosial". Spesialis SEO. Diakses 19 Oktober 2016. <http://www.spesialisseo.com/2015/02/perbedaan-antara-digital-marketing-dan-media-sosial.html>
- Aprilia, Eka Utami. 2010. "Target Pasar Kami Anak Muda". Tempo.Co. 27 Desember. Diakses 5 Januari 2017. <https://m.tempo.co/read/news/2010/12/27/093301763/target-pasar-kami-anak-muda>
- Ariyanti, Duwi Setiya. 2015. "Ini 5 Tren Yang Terjadi di Era Ekonomi Digital". Bisnis.com. 23 Oktober. Diakses 17 November 2016. <http://industri.bisnis.com/read/20151023/105/485198/ini-5-tren-yang-terjadi-di-era-ekonomi-digital>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2016. "Penetrasi Pengguna Internet Indonesia". Diakses 2 Februari 2017. <https://apjii.or.id/survei>
- Bohang, Fatimah Kartini. 2016. "Bukan Cuma Uber dan Grab, Ini "Perusak" Industri Lainnya". Kompas.com. 24 Maret. Diakses 15 November 2016. <http://tekno.kompas.com/read/2016/03/24/10040067/Bukan.Cuma.Uber.dan.Grab.Ini.Perusak.Industri.Lainnya>
- Brodie, R.J., Hollebeek, L.D., Juric, B., dan Ilic, A., 2011. "Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research". *Journal of Service Research*, vol. 14, no. 3, h. 252-271. Diakses 9 Desember 2016. <http://libgen.io/scimag/ads.php?doi=10.1177%2F1094670511411703&downloadname=>

- Caesarlita, Diandra. 2015. "Sambut HUT RI, Coca Cola Gelar Kampanye Share A Coke". Sindonews.com. 12 Agustus. Diakses 25 September 2016. <http://lifestyle.sindonews.com/read/1032317/185/sambut-hut-ri-coca-cola-gelar-kampanye-share-a-coke-1439386676/>
- Caesarlita, Diandra. 2016. "Luncurkan Rasakan Momennya, Coca Cola Gandeng 5 Selebritas". Sindonews.com. 25 Februari. Diakses 25 September 2016. <http://lifestyle.sindonews.com/read/1088194/166/luncurkan-rasakan-momennya-coca-cola-gandeng-5-selebritas-1456383467>
- CocaColaAmatilIndonesia. "Sejarah CCAI". Diakses 4 Januari 2017. <http://coca-colaamatil.co.id/pages/index/45.40.107/coca-cola-di-indonesia>
- CocaCola. "Coca Cola Sejarah". Diakses 4 Januari 2017. <http://www.coca-cola.co.id/id/sejarah/>
- Diahnisa, Tiffany. 2016. "Cara Pocari Membangun *Engagement* Konsumen Melalui Media Sosial". Swa.co.id. 11 November. Diakses 18 November 2016. <http://swa.co.id/business-champions/brands/icsa/cara-pocari-membangun-engagement-konsumen-melalui-media-sosial>
- Fakhrurrodzi. 2016. "Gencar Kampanye di Sosmed, Lenovo Raih Penghargaan Digital Popular Brand Award 2016". Riauonline.co.id. 3 Juni. Diakses 25 September 2016. <http://www.riauonline.co.id/mobile/2016/06/03/gencar-kampanye-di-sosmed-lenovo-raih-penghargaan-digital-popular-brand-award-2016>
- Hidayat, Mochammad Wahyu. 2016. "Apresiasi Kampanye Digital, Twitter Hadirkan Twitter Awards". Liputan6.com. 12 Agustus. Diakses 24 September 2016. <http://tekno.liputan6.com/read/2574809/apresiasi-kampanye-digital-twitter-hadirkan-twitter-awards>
- Kementrian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. 2016. "Perkembangan Bisnis Era Digital Harus Memperhatikan Aspek Perlindungan Ketenagakerjaan". Diakses 15 November 2016. <http://kemnaker.go.id/berita/berita-kemnaker/perkembangan-bisnis-era-digital-harus-memperhatikan-aspek-perlindungan-ketenagakerjaan>
- Kuwado, Fabian Januarius. 2016. "Jokowi Ingin Jadikan Indonesia Pusat Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara". Kompas.com. 16 Agustus. Diakses 17 November 2016. <http://nasional.kompas.com/read/2016/08/16/19441921/jokowi.ingin.jadikan.indonesia.pusat.ekonomi.digital.terbesar.di.asia.tenggara>

- Lilayah, Arie. 2016. "Ini Strategi Coca Cola Merebut Kembali Pasarnya". Swa.co.id. 14 Januari 2016. Diakses 18 November 2016. <http://swa.co.id/swa/trends/marketing/ini-strategi-coca-cola-merebut-kembali-pasarnya>
- Lukman, Enricko. 2014. "5 model bisnis *e-commerce* di Indonesia". Technasia. Diakses 15 November 2016. <https://id.technasia.com/5-model-bisnis-e-commerce-di-indonesia>
- Muchardie, Brian G., Yudiana, Nabila H., Gunawan, A. 2016. "*Effect of Social Media Marketing on Customer Engagament and Its Impact on Brand Loyalty In Caring Colours Cosmetics, Martha Tilaar*". *Binus Online Learning*, vol. 7, no. 1, h. 83-87. Diakses 14 Desember 2016. https://www.researchgate.net/publication/304008843_Effect_of_Social_Media_Marketing_on_Customer_Engagement_and_its_Impact_on_Brand_Loyalty_in_Caring_Colours_Cosmetics_Martha_Tilaar
- Noviandari, Lina. 2015. "[INFOGRAFIS] Statistik Pengguna Internet dan Media Sosial Terbaru di Indonesia". TechInAsia. 25 November. Diakses 2 Februari 2017. <https://id.technasia.com/talk/statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-terbaru-di-indonesia>
- Nugroho, Sigit. A. 2012. "Banyak Brand yang Tidak Mewakili Karakter Konsumen". Swa.co.id. 7 Agustus. Diakses 18 November 2016. <http://swa.co.id/swa/trends/management/banyak-brand-yang-tidak-mewakili-karakter-konsumen>
- Ristiano. 2016. "Rayakan Ulah Ke-6 Go-Jek Luncurkan Layanan Baru". Pcpplus.co.id. 23 Oktober. Diakses 15 November 2016. <https://www.pcpplus.co.id/2016/10/baru-terbit/rayakan-ulah-ke-6-go-jek-luncurkan-layanan-baru/>
- Sashi, C.M. 2012. "*Customer engagement, buyer-seller relationships, and social media*". *Emerald Group Publishing Limited*, vol. 50, no. 2, h. 253-272. Diakses 15 Desember 2016. <http://libgen.io/scimag/ads.php?doi=10.1108%2F00251741211203551&downloadname=>
- Setangkai. 2015. "10 Minuman Bersoda (*Soft Drink*) Paling Laris di Dunia". Diakses 3 Januari 2017. <https://www.setangkai.com/2015/11/29/10-minuman-bersoda-soft-drink-paling-laris-di-dunia/>
- Sulistiywati, Laeny. 2016. "HIPMI Sebut E-Commerce Tren Bisnis Berkembang di Indonesia". Republika.co.id. 11 November. Diakses 15 November 2016.

<http://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/trend/16/11/11/oggd3e359-hipmi-sebut-ecommerce-tren-bisnis-berkembang-di-indonesia>

Syukro, Ridho. 2016. “Sudah Saatnya Indonesia Fokus di Sektor Jasa”. Beritasatu.com. 8 Maret. Diakses 15 November 2016. <http://www.beritasatu.com/ekonomi/353695-sudah-saatnya-indonesia-fokus-di-sektor-jasa.html>

Top Brand Award. 2016. “*Top Brand Index* 2016 Fase 1”. Diakses 1 Februari 2017. http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1

Wulandari, Dwi. 2016. “Begini Strategi Coca-Cola Indonesia Melancarkan Kampanye Global “Taste the Feeling””. Mix.Co.Id. 26 Februari. Diakses 5 Januari 2017. <http://mix.co.id/news-trend/begini-strategi-coca-cola-indonesia-melancarkan-kampanye-global-taste-the-feeling>

UMMN