



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

- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of A Brand Name*. New York: Free Press.
- Abdurrahman, Maman & Muhidin, Sambas Ali. 2011. *Panduan Praktis Memahami Penelitian (Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Edisi Pertama*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Cetakan ke-5*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Fourth Edition*. California: SAGE Publications, Inc.
- Duncan, Tom. 2002. *IMC: Using Advertising & Promotion to Build Brands*. New York: McGraw Hill.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Goldblatt, Joe. 2010. *Special Events: A New Generation And The Next Frontier*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, Kevin L. 1993. *Conceptualizing, Measuring and Managing Customer Based Brand Equity*. *Journal of Marketing* Vol. 57 No. 1.
- Keller, Kevin L. 2008. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Edisi 11, Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing. Fifteenth Edition*. United States of America: Pearson Education Limited.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kusumastuti, Frida. 2004. *Dasar-Dasar Humas*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- McLeod, Raymond Jr. dan Schell, George. 2004. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: PT Indeks.
- Neuman, W. Lawrence. 2014. *Basics of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches*. Great Britain: Pearson Education Limited.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pramesti, Getut. 2014. *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special Event*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Riduwan & Kuncoro, Engkos Achmad. 2014. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis*. Bandung: Alfabeta.

Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*. Jakarta: Rajawali Pers.

Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sumarwan, U., Fachrodji, A., Nursal, A., Nugroho, A., Nurzal, E., Setiadi, A., Suharyono & Alamsyah, Z. 2011. *Pemasaran Strategik: Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. Bogor: IPB Press.

WEBSITE

Adwami. Soham. 2015. “[Update] Gila Fashion? Kunjungi 9 Situs E-commerce Fashion Terbaik di Indonesia”. Dalam <https://id.techinasia.com/gila-fashion-kunjungi-9-website-ecommerce-fashion-terbaik-di-indonesia>. Diakses pada 9 Oktober 2016.

Rahayu, Eva Martha. 2016. “Gaya Jason Lamuda Melejitkan Berrybenka”. Dalam <http://swa.co.id/swa/profile/profile-entrepreneur/gaya-jason-lamuda-melejitkan-berrybenka>. Diakses pada 9 Oktober 2016.

Utomo, Riandanu Madi. 2016. “Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Salah Satu Tercepat di Dunia”. Dalam <http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/Rkjym2wb-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-salah-satu-tercepat-di-dunia>. Diakses pada 1 Juni 2016.

Triwijanarko, Ramadhan. 2017. “Perluas Gerai Offline, Berrybenka Kini Hadir di Pondok Indah”. Dalam <http://marketeers.com/gerai-offline-berrybenka/>. Diakses pada 15 Juni 2017.

JURNAL

Keller, Kevin Lane. 1993. *“Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity”*. Journal of Marketing, Vol. 57, No. 1, h. 4-7. Diakses 15 Maret 2017. <http://www.jstor.org/stable/1252054>.

SKRIPSI

Untari, Beril. 2005. *Pengaruh Penilaian Responden tentang Special Event Sebagai Strategi Marketing Public Relations pada Pembentukan Brand Image (Studi pada Nescafe 3 in 1)*. Skripsi Universitas Indonesia.

Kresna N., Mochammad. 2009. *Pengaruh Special Event dalam Meningkatkan Brand Image (Studi Pada Special Event Urban Fest Ancol 2009 pada Remaja SMA)*. Skripsi Universitas Indonesia.

Kusuma, Fifi. 2015. *Pengaruh Social Media terhadap Brand Image Berrybenka di Kalangan Wanita Dewasa Wilayah Jabodetabek (Studi Kasus pada Social Media Instagram Berrybenka)*. Skripsi Universitas Multimedia Nusantara.