



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

Literatur

Aditya, Adrianus., Bevly, et.al, (2013). *Social Media Nation: 15 Inspirasi Berjejaring Sosial Bertumbuh. Besar Bersama Komunitas Online & Sukses Berbisnis*. Jakarta: PrasetyaMulya Publishing.

Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: SimbiosisRekatama Media.

Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Prenada Media Grup. Jakarta.

Breakenridge, Deidre. (2012). *Social Media and Public Relations, Eight New Practices for the PR Professional*. Pearson Education.

Chitty, Wiliam. Barker, Nigel., & Shimp, Terence. (2005). *Integrated Marketing Communications*. South Australia: Cengage Learning Australia.

Chaffey, Dave. (2007). *E-Business and E-Commerce Management*. England: Prentice Hall.

Davis, Anthony. (2007). *Public Relations*. New York: Palgrave Macmillan.

Durianto, Darmadi., Sugiarto., & Sitanjak, Tony. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Golden, Michelle. (2011). *Social Media Strategies for Professional and Their Firms*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Harris, Thomas. & Whalen, Patricia (2006). *The Marketer's Guide to Public Relations in the 21st Century*. USA: Thomson Higher Education.

Handayani, Desi & Andrizar. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi, Erlangga Group.

Holtz, Shel. (2002). *Public Relations on the Net*. USA: AMACOM

Kartajaya, Hermawan. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: ESENSI.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2004). *Principles of Marketing*, 10th Edition. New Jersey: Upper Saddle.

Kotler, Philip & Keller, Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Kriyantono, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing : Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Rachmat Kriyantono, Prenada Media Grup.

Lattimore, Dan., Baskin, Otis., Heiman, Suzzette., Toth, Elizabeth. (2007). *Public Relations: The Profession and the Practice*. Singapura: McGraw Hill.

Mathos, Melanie & Chad Norman. 2012. *101 Social Media Tactics For Non Profits*. New Jersey: John Wiley & Sons

Middleberg, Don. (2001). *Winning PR in the Wired World: Powerful Communication Strategies for the Noisy Digital Space*. USA: McGraw-Hill.

Moleong, Lexy. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. (2002). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Mulyana, Deddy & Solatun. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nurjaman, Kadar. & Umam, Khaerul. (2012). *Komunikasi & Public Relation*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.

Onggo, Bob Julius. (2004). *Cyber Public Relations, Strategi Membangun dan Mempertahankan Merk Global di Era Globalisasi Lewat Media Online*. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Prastowo, Andi. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif: dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.

Philips, David & Young, Philip. (2011). *Online Public Relations: A Practical Guide to developing an online strategy in the worl of social media*. London: Kogan Page Ltd.

Raco, J.R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Ruslan, Rosandy. (2007). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Ruslan, Rosandy. (2008). *Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindoPersada

Ruslan, Rosandy. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindoPersada

Rohim, Syaiful. (2009). *Teori Komunikasi, Perspektif, Ragam dan Aplikasi*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.

Salam, Muslim. (2011). *Dialog Paradigma Metodologi Penelitian Sosial*. Makassar: Masagena Press

Sandjaja, B & Heriyanto, Albertus. (2006). *Panduan Penelitian*. Jakarta: Prestasi Pustakaraya

Schiffman, Leon., Kanuk, Leslie., & Wisenblit, Joseph. (2010). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.

Scott & Jacka. (2011) *Auditing Social Media – A Governance and Risk Guide*. John Willey and Sons, inc.

Scott M Cutlip, et al. (2013). *Effective Public Relations* (Edisi ke Sembilan). Prentice Hall.

Shimp, Terence. (2010). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. South-Western: Cengage Learning

Strauss, Judy. & Frost, Raymond. (2009). *E-Marketing*. New Jersey: Pearson Education, Inc

Sugiyama, Kotaro & Tim, Andree (2011). *The Dentsu Way*. USA: Mc-Graw Hill.

Suprpto, Tommy. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jogjakarta, Media Pressindo.

Tandjung, Jenu., Prayogo, Teguh., Prabowo, Adi. (2013). *Stop Promotion Start Communication*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Artikel

Kata-kata dan Gambar. (2013, Juli). www.liniberita.com/kata-kata-dan-gambar/#.Ut65bSSke00

Lova, Putu. (2013, Mei). *Fashion, Tempati Peringkat Ke-2 dalam Industri Kreatif*. [www.satuharapan.com/index.php?id=109&tx_ttnews\[tt_news\]=1280&cHash=1](http://www.satuharapan.com/index.php?id=109&tx_ttnews[tt_news]=1280&cHash=1)

Marketeers. *Free Download: Indonesia Internet Users 2012 Report*. www.themarketeers.com/archives/indonesia-internetusers-waizly-2012.html#.Un0LxnBaZ4d

Marketeers.MarkPlus Insight: *Pengguna Internet Indonesia 74 Juta di Tahun 2013*. www.themarketeers.com/archives/Indonesia%20Internet%20Users.html#.UpIDJNIW3fc

O'Connell, A. (2013, Oktober). *Traditional PR vs. New Media PR*. buprssa.com/2013/10/01/traditional-pr-vs-new-media-pr/

Oktavianti, Roswita. (2013, Februari). *Pertumbuhan Industri Fashion Naik Signifikan*.

www.jurnas.com/news/82919/PertumbuhanIndustriFashionNaikSignifikan/1/Ekonomi/Ekonomi

Pull & Push Marketing. (2008, Juni). brahmastagi.com/tag/online-marketing/

Raden, Zoeldhan. *Pengertian Keputusan Pembelian*. www.zoeldhan-infomanajemen.com/2012/02/pengertiankeputusan-pembelian.html

Rudolf, Daniel. (2013, Februari). *Industri Fashion Indonesia Jadi Sorotan Dunia*. www.metrotvnews.com/lifestyle/read/2013/02/06/923/128917/Industri-FashionIndonesia-Jadi-Sorotan-Dunia

Suwismo, Andryanto. (2013, Februari). *Kenaikan Tingkat Optimisme Konsumen Picu Perang Merek*. www.indonesiainancetoday.com/read/39777/Kenaikan-Tingkat-Optimisme-Konsumen-Picu-Perang-Merek

Suwismo, Andryanto. (2013, Januari). *Tingkat Optimisme Konsumen Indonesia Lampau China*. www.indonesiainancetoday.com/read/39747/-Tingkat-Optimisme-Konsumen-Indonesia-Lampau-China

Yoga, Paulus. (2013, Februari). *Internet Bisa Dukung Perkembangan Industri Fesyen*. www.infobanknews.com/2013/02/internet-bisa-dukung-perkembangan-industri-fesyen/

Internet

www.danarhadibatik.com

www.facebook.com/danarhadi

www.twitter.com/danarhadi_id

www.instagram.com/danarhadi_id

www.businessdictionary.com/definition/AIDA-selling-system.html

Skripsi

Oktaviani, Ayu. (2009). *Strategi Cyber PR Dalam Menangani Krisis (Studi Kasus PT Sinar Mas Sosro Selaku Produsen Teh Botol Dalam Menghadapi Isu Hoax Hydroxylic Acid)*. Depok.

Lindaningsih, Anastasia. (2012). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Lokal Pada Social Media dalam Membentuk Co-Creation (Analisis Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Online Poduk Makanan Maicih Melalui Twitter)*. Yogyakarta.

UMMN