

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber dari buku:

Aaker, David A. (2009), *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value of A Brand Name*, New York: The Free Press.

Egan, John (2015), *Marketing Communication*, Edisi 2, Great Britain: SAGE.

Ghozali, Prof. Dr. H. Imam (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, Joseph F., Jr. et al (2013), *Multivariate Data Analysis Fifth Edition*, United States of America: Prentice-Hall PTR.

Kazmi, S. H. H. dan Satish K Batra, *Advertising & Sales Promotion*, Edisi 3, New Delhi: Excel Books.

Keller, Kevin Lane (2008), *Strategi Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Edisi 2, The United States of America: Pearson Education, Inc.

Keller, Kevin Lane (2013), *Strategi Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Edisi *Global Edition*, The United States of America: Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2012), *Marketing Management*, New Jersey: Prentice Hall.

Kriyanto, Rachmat (2009), *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Edisi ke-1, Jakarta: Kencana





Mooij, Marieke K. de (2010), *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes*, Edisi 3, United States of America: SAGE.

Percy, Larry (2008), *Strategic Integrated Marketing Communication: Theory and Practice*, Canda: Elsevier.

Phillips, Robbin et al (2010), *Brains On Fire: Igniting Powerful, Sustainable, Word Of Mouth Movements*, Canada: John Wiley & Sons.

Rangkuti, Freddy (2008), *The Power of Brands*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Shimp, Terence A. (2010), *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Intergrated Marketing Communications*, Edisi 8, Canada: South-Western Cengage Learning.

Singh, O.P (2012), *Art of Effective Communication In Group Discussion and Interview: For Competitive Examinations: Updated with Additional Topics*, India: S. Chand.

Trott, Sangeeta dan Vinod V. Sople (2016), *Brand Equity: An Indian Perspective*, New Delhi: PHI Learning Private Limited.

Umar, Drs. Husein (2009). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Unaradjan, Dominikus Dolet (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Universitas Atma Jaya

Priyanto, Duwi (2010), *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Mediakom.

Weinberg, Tamar (2009), *The New Community Rules: Marketing On The Social Web*, United States Of America: O'Reilly Media.



**Sumber dari internet:**

Pasopati, Immanuel Giras 2015, 'Kisah Kopi Luwak, dari Pasar ke Telinga Oprah', CNN Indonesia, diakses 30 Juli 2016.

Lee Min Ho Becomes Brand Ambassador Luwak White Koffie (Free Download Calender 2016), Kopi Luwak, diakses 28 April 2016.

Top Brand Index Fase 1 2016, Top Brand Award, diakses 28 April 2016, [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1)

Infostat Mei 2016, BPS Provinsi DKI Jakarta, diakses 28 April 2016, [http://jakarta.bps.go.id/backend/pdf\\_publikasi/Infostat-Mei-2016.pdf](http://jakarta.bps.go.id/backend/pdf_publikasi/Infostat-Mei-2016.pdf)

'Lee Min Ho Jadi Brand Ambassador Luwak White Koffie' 2015, DetikNews, 28 Desember, diakses 28 April 2016, <http://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/3103049/lee-min-ho-jadi-brand-ambassador-luwak-white-koffie>

**Sumber dari skripsi:**

Andrawina, Raissa (2013), Skripsi: Analisis Pengaruh *Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Luwak White Koffie (Studi Kasus Pada Komunitas Pecinta Kopi Noesantara "Kopi Koe").

Chandra, Cinta (2012), Skripsi: Pengaruh *Endorser Lee Min Ho* Dalam Iklan Etude Terhadap *Brand Image*, IBII (Tidak Dipublikasikan).

Pratama, Sylvia (2015), Skripsi: *Pengaruh Brand Imge dan Promosi Penjualan "Indomei" Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Pekan Raya Jakarta 2016*, IBII (Tidak Dipublikasikan).

Hak cipta dimiliki IBI KK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.