

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Azoulay, Audrey and J.N.Kapferer. 2003. *Do Brand Personality Scales Really Measure Brand Personality?*. *Journal of Brand Management*, Vol.11 (2), 143-155.
- Bimo Dwi Putranto. 2017. *Strategi Penggunaan Media Sosial Instagram Brand Humblezing Dalam Membangun Brand Image*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Davis. 2000. *Brand Asset Management: Driving Profitable Growth Through Your Brand*. California: Jossey-Bass, Inc. Publishers.
- Effendy. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Gelder, S.V. 2005. *Global Brand Strategy*. London: Kogan Page.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghlmia Indonesia.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relation Edisi kelima*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kapferer, Jean Noel. 2008. *The New Strategic Brand Management. 4th edition*. London: Kogan Page.
- Kapferer, Jean Noel. 2008. *Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term*. London: Kogan Page.
- Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kartajaya, H. 2010. *Brand Operation The Official MIM Academy course book*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Keller, Kevin Lane. 2000. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Manageing Equity*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip. 2004. *Lateral Marketing: Berbagai Teknik Baru untuk Mendapatkan Ide-Ide Terobosan. Terj. Oleh Emil Salim dari buku Lateral Marketing New Techniques for Finding Breakthrough Ideas*. Surabaya: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan*. Jakarta: PT Indeks.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moh. Nazir. 2011. *Metode Penelitian*. Cetakan 6. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, Sandra, dkk 2009. *Advertising Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Schiffman, L.G., & Kanuk L.L. 2010. *Consumer Behaviour, 10th Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Schultz, D.E. & Bames, B.E. 1999. *Strategic Brand Communication Campaigns*. Illionis: NTC Business Books.
- Singarimbun, Masri dan Efendi Sofwan. 1989. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3S.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Akses Internet

Anonim. 2019. “*Instagram*”. URL: <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada 1 Mei 2019 jam 15.40 WIB.

Anonim. 2019. “*Masakan Indonesia*”. URL: https://id.wikipedia.org/wiki/Masakan_Indonesia, diakses tanggal 3 Juli 2019 jam 16.35 WIB.

Maulana, Amalia. 2010. “*Brand, Branding dan Peranannya Bagi Perusahaan*”. URL: <http://amaliamaulana.com/blog/brand-branding-dan-peranannya-bagi-perusahaan/>, diakses pada 26 Maret 2019 jam 19.18 WIB.

Sidik, Syahrizal. 2019. “*Jadi Isu Utama di Davos, Apa Itu Revolusi Industri 4.0?*”. URL: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190120194411-4-51502/jadi-isu-utama-di-davos-apa-itu-revolusi-industri-40>, diakses tanggal 22 Februari 2019 jam 20.40 WIB.

Wahyuni, Isti Nursih. 2014. “*Komunikasi Massa*”. URL: <http://grahailmu.co.id/previewpdf/978-602-262-177-5-1204.pdf>, diakses pada 20 Maret 2019 jam 17.35 WIB.