

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2014. *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. (online). www.apjii.or.id. (diakses tgl 7 okt pkl 20:04)
- Atmaja, Aditama Kusuma. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Tiket Garuda Di PT Falah Fantastic Tour Travel Bogor)*. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Butchory, Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Dessart, L., Veloutsou, C., & Morgan-Thomas, A. (2015). *Consumer engagement in online brand communities: a social media perspective*. *The Journal of Product and Brand Management*, 24(1), 28–42. <https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2014-0635>.
- Dewi, Ryta Melati. 2011. *Analisis Pengembangan Strategi Community Brand Marketing Produk Sepeda Motor (Studi kasus PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia)*. Skripsi Program Sarjana pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. <http://www.repository.ipb.ac.id/>.
- Gummerus, J., Liljander, V., Weman, E., & Pihlström, M. (2012). *Customer engagement in a Facebook brand community*. *Management Research Review*, 35(9), 857–877. <https://doi.org/10.1108/01409171211256578>.
- Humas Kementerian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. (online). www.kemendag.go.id. (diakses pada tanggal 7 Oktober 2016)
- Junetra, Edwin. 2012. “Pengaruh Communitization (New Wave Marketing) Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Speedy Anggota Komunitas Speedy Parahyangan Jawa Barat”. Jurnal Skripsi Program Sarjana pada Sekolah Manajemen Telekomunikasi dan Media Institut Manajemen Telkom Bandung.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2014). *Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta*. (online). (diakses pada tanggal 7 Oktober 2016)

- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13th*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Phillip & Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jilid 1)*, edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kuswindriai, Renita Yulia. 2011. *Strategi Relationship Marketing Indosat East Java Bali Nusra (EJBN) dalam mempertahankan loyalitas konsumen*. Jurnal skripsi Vol. 1 No. 2 Universitas Airlangga: Surabaya. <http://www.journal.unair.ac.id/>.
- Liu, Yupin, dan Yang. 2009. *Competing Loyalty Programs : Impact of Market Saturation, Market Share, and Category Expandibility*. International Retail and Marketing Review p.89-113
- Lucas, Robert W. 2009. *Customer Service : skill for success*. McGraw-Hill.
- Meytena, Aldhiki., dan Ikhtiara Kaideni Isharina. 2011. “Pengaruh Brand Community Integration Terhadap Loyalitas Merek Pada Komunitas Motor Matic Yamaha Mio Fans Club Malang”. Jurnal Skripsi Program Sarjana pada Fakultas Manajemen Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya: Malang. <http://www.repository.gunadarma.ac.id/>.
- McAlexander, James H, dkk. 2002. *Building Brand Community*. Journal of Marketing. January 2002, vol. 66 (1), p.38.
- Munandar. (2016). *Relationship Marketing Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*, Yogyakarta: Ekuilibria.
- Noor, Juliansyah. (2012). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Oktaviasari, Sherly. 2010. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Efek Komunitas Terhadap Kesadaran Merek dan Sikap Terhadap Merek Kartu Prabayar Mentari di Semarang*. Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro: Semarang.
- Pertiwi, Widya Nur Bhakti. 2013. *Pengaruh Keunggulan Relatif, Kompabilitas, Kompleksitas, Trialabilitas, Kemampuan untuk Mengkomunikasikan Manfaat Produk, dan Observabilitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Blackberry (Studi Terhadap Anggota Milis Telkomsel Blackberry Community Indonesia)*. Skripsi Program Sarjana pada Sekolah Manajemen Telekomunikasi dan Media Institut Manajemen Telkom Bandung.

- Priyatno, Duwi. 2011. *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. Yogyakarta: Mediakom
- Putri, Lira Prahita Agni. 2011. *Pengaruh Community Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Polygon*. Skripsi Program Sarjana pada Sekolah Manajemen Telekomunikasi dan Media Institut Manajemen Telkom Bandung.
- Riduwan, Kuncoro Engkos Achmad. 2014. *Cara Menggunakan Dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, Kuncoro. 2015. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Rosenbaum, Mark., Amy Ostom., Ronald Kuntze. 2005. *Loyalty Programs and a sense of Community*. *Journal of Service Marketing*. Vol. 19 No. 4. Emerald. <http://www.emeraldinsight.com/08876045.htm>.
- Saputri, Eka Desi. 2012. *Pengaruh Kehadiran Hijabers Community Terhadap Keputusan Pembelian Hijab pada Butik Dian Pelangi Makassar*. Skripsi Program Sarjana pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin: Makassar. <http://repository.unhas.ac.id/>.
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis SPSS*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sicilia, M., & Palazón, M. (2008). *Brand communities on the internet: A case study of Coca-Cola's Spanish virtual community*. *Corporate Communications: An International Journal*, 13(3), 255–270. <https://doi.org/10.1108/13563280810893643>.
- Sigit Kusuma Wijaya. (2014). *Komunitas Online di Era Media Sosial dan Perannya dalam Menciptakan Ruang Publik*. (online). www.membacaruang.com. (diakses pada tanggal 6 Oktober 2016).
- Kemp, Simon. (2016). *Are Millennials Really Leaving Facebook?*. (online). www.wearesocial.com. (diakses pada tanggal 6 Oktober 2016)
- Sloan, S., Bodey, K., & Gyrd-Jones, R. (2015). *Knowledge sharing in online brand communities*. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 18(3), 320–345. <https://doi.org/10.1108/QMR-11-2013-0078>.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Sujarweni. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Turban, Efraim. 2002. *Electronic Commerce : A Managerial Perspective*. Prentice Hall
- Winer, Russell. (2004). *Marketing Management (2nd ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Yi, Youjae dan Jeong. 2008. *Effect of Loyalty Programs on Value Perception, Program Loyalty, and Brand Loyalty*. *Journal of The Academy of Marketing Science*, vol. 31 (3)
- Yuan, D., Lin, Z., & Zhuo, R. (2016). *What drives consumer knowledge sharing in online travel communities?: Personal attributes or e-service factors?* *Computers in Human Behavior*, 63, 68–74. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.019>.
- Zhang, M., & Luo, N. (2016). *Understanding relationship benefits from harmonious brand community on social media*. *Internet Research*, 26(4), 809–826. <https://doi.org/10.1108/IntR-05-2015-0149>.