

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Maman ., Muhidin, Sambas Ali., dan Somantri, Ating. (2011). *Dasar-Dasar Metode Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV PustakaSetia.
- Adiputra, KurniawanWidyatama. (2011). *Analisis Pengaruh Faktor Harga Produk, Efek Komunitas, dan Kualitas Produk terhadap Brand Awareness Untuk Meningkatkan Brand Attitude (Studi pada Konsumen Restoran Waroeng Steak & Shake di Kota Semarang*. Skripsi S1 Program SarjanaFakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Administrator. (2012). *Industri Seluler Indonesia Akan Tumbuh Hingga 8% di Tahun 2012*. [Online]. <http://www.telkomsolution.com/news/it-solution/industri-seluler-indonesia-akan-tumbuh-hingga-8-di-tahun-2012> [22 Juli 2012].
- Anonim. (2011). *Indosat Hadirkan Program Apresiasi Anggota IM3 School Community*. [Online]. <http://www.mobile88.co.id/news/read.asp?file=/2011/6/3/20110602121822&phone=Indosat-Hadirkan-Program-Apresiasi-Anggota-IM3-School-Community> [23 Juli 2012].
- Anonim. (2012). *IM3 Gaul Seru Anti Galau*. [Online]. <http://www.mediastren.com/consumer-news/12667-im3-gaul-seru-anti-galau> [23 Juli 2012].
- Anonim. (2012). *Indosat Community*. [Online]. [http://www.indosat.com/Programs/Indosat Community](http://www.indosat.com/Programs/Indosat_Community) [22 Juli 2012]
- Anonim. (2009). *Indosat Raih Top Brand Award 2009 Untuk Produk Matrix, IM3, dan Indosat Broadband*. [Online]. http://mobile.indosat.com/whats_new/view/id/MTk5OA [25 September 2012].
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta.

- Bagozzi, R. P., & Dholakia, U. D. (2006). Antecedents and Purchase Consequences of Customer Participation in Small Group Brand Communities. *International Journal of Research in Marketing*, 23, 45–61.
- Baran, Roger J., Galka, Robert J., dan Strunk, Daniel P. 2008. *Principles of Customer Relationship Management*. United States of America : Thomson South-Western .
- Basamalah, Fauzan Muhammad. (2010). Pengaruh Komunitas Merek terhadap Word of Mouth. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(1), 79-89.
- Budianto, Arif. (2012). *Indosat Perkuat Segmen Pelajar*. [Online]. <http://www.seputar-indonesia.com/edisi cetak/content/view/491404> [25 September 2012].
- Chang, HsinHsin., Hsu, Che-Hao., and Chung, Shu Hsia. (2008). The Antecedents and Consequences of Brand Equity in Service Markets. *Asia Pasific Management Review*, 13(3), 601 – 624 .
- Husni, Achmad Rifqi. (2010). *Analisis Pengaruh Brand Awareness terhadap Brand Attitude Handphone Merek Nokia*. Skripsi S1 Pada Program Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Kartajaya, Hermawan. (2009). *New Wave Marketing The World Is Still Round The Market Is Already Flat*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kartajaya, Hermawan. (2010). *Brand Operation*. Jakarta : Erlangga.
- Keller, Kevin Lane. (2008). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Kurniawati, Dyah. (2009). *Studi Tentang Sikap Terhadap Merek dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang (Kasus pada Produk Mi Instan Indomie di Kota Semarang)*. Tesis Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

- Kusuma, Fajar Martha. (2010). *Analisis Pengaruh Brand Community terhadap Loyalitas Merek pada Pengguna Honda Megapro di Surakarta*. Skripsi S1 pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Liu, Fang., Li, Jianyao., Mizerski, Dick.,and Soh, Huangting. (2012). Self-congruity, Brand Attitude, and Brand Loyalty : A Study on Luxury Brands”, *European Journal of Marketing*, 46(7), 922-937.
- Masyhuri dan Zainuddin,M. (2008). *Metodologi Penelitian : Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung : Refika Aditama.
- Mc Alexander, J.H., Schouten,J.W., and Koenig, H.F. (2002). Building Brand Community. *Journal of Marketing*, 66, 38 – 54.
- Muniz, Albert M. and O’Guinn, Thomas C. (2001). Brand Community. *Journal of Consumer Research*, 27 (March), 412-432.
- Octaviasari, Sherly. (2011). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Efek Komunitas terhadap Kesadaran Merek dan Sikap Terhadap Merek Kartu Seluler Prabayar Mentari di Semarang*. Skripsi S1 pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta : ANDI.
- Pujadi, Bambang. (2010). *Studi Tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Terhadap Merek (Kasus pada Merek Pasta Gigi Ciptadent di Semarang)*. Tesis S2 pada Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Ramadhania, Primi Puspita dan Suryadi, Nanang. (2011). Kajian tentang Pengaruh Brand Community Integration pada Loyalitas Merek Anggota IM3 @School Community di SMAN 8 Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9(1) (Januari 2011), 226-233.
- Riduwan dan Kuncoro, Engkos Achmad .(2008). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.

- Riduwan.(2009). *Dasar-Dasar Statistika*.Bandung : Alfabeta.
- Riduwan.,Rusyana, Adun., & Enas. (2011). *Cara Mudah Belajar SPSS 17.0 dan Aplikasi Statistik Penelitian*. Bandung :Alfabeta.
- Rizky, Aditya dan Pantawis, Setyo. (2011). Pengaruh Citra dan Sikap Merek Terhadap Ekuitas Merek (Studi pada Pasar Handphone Nokia di Kota Semarang). *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 7(2) Edisi November 2011, 182-196.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar.(2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Indeks.
- Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung : Mandar Maju.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Buku 2 Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. (2009). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach*. Great Britain : Wiley.
- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Sitinjak, Tony. (2007). Kinerja Citra, Sikap, dan Ekuitas Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 14(1) Maret 2007.
- Susanto, Dwi. (2011). *Analisis Pengaruh Efek Komunitas dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasinya terhadap Sikap Terhadap Brand (Attitude Toward Brand) pada Konsumen Notebook Merek Acer di Kota Semarang*. Skripsi S1 pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Suwito, Arfian. (2007). *Pengaruh Sikap Terhadap Merek dan Sikap Terhadap Iklan pada Minat Beli Konsumen*. Skripsi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Syahputra, Erwin. (2008). *Operator Ikat Pelanggan dengan Komunitas*. [Online]. <http://komponsel.blogspot.com/2008/07/operator-ikat-pelanggan-dengan.html> [22 Juli 2012].
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta : ANDI.
- Trihendradi, C. (2009). *Step by Step SPSS 16: Analisis Data Statistik*. Yogyakarta. ANDI.
- Umar,Husein. (2008). *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan : Paradigma PositivistikdanBerdasarkan Pemecahan Masalah*. Jakarta : Raja GrafindoPersada.
- Walsh, Michael F., Winterich, Karen Page., and Mital, Vikas. (2011). How Re-designing Angular Logis to be Rounded Shapes Brand Attitude. *Journal of Consumer Marketing*, 28(6), 438-447.
- Wu, Paul C.S. ,& Wang, Yun-Chen. (2011). The Influences of Electronic Word-of-Mouth Message Appeal and Message Source Credibility on Brand Attitude. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistic*, 23(4), 448-472.
- Yuswohady. (2008). *CROWD: Marketing Becomes Horizontal*. Jakarta: GramediaPustakaUtama.
- Zikmund, William. (2010). *Business Research Method 8th Edition*. Canada : Cengage Learning.