

DAFTAR PUSTAKA

- Burhan, B. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi : format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Chan-Olmsted, S. M. (2013). User Perception of Social Media: A Comparative study of perceived character and user profiles by social media. *vol.3 , no.4*.
- Enrida, A., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Pelanggan McDonald's di Indonesia dan Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 30 no 1.
- Hanafiah, K. A. (2010). *Dasar-dasar Statistiska: Aneka Bidang Ilmu Pertanian dan Hayati*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hariyani, A. L. (2005). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Bebas Pestisida (Studi Kasus di PT Hero Supermarket Surakarta). Surakarta, Indonesia: Universitas Sebelas Maret.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Erlangga.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2016). *Statistik Perkembangan Jumlah Unit Usaha Industri Besar dan Sedang Indonesia*. Retrieved from Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <http://kemenperin.go.id>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* . Harlow: Pearson Education Limited.
- Kudeshia, C., & Kumar, A. (2017). Social eWOM : Does It Affect The Brand Attitude and Purchase Intention of Brands ? *Management Research Review*, Vol. 40 Issue: 3, 310-330.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif - Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Maryam. (2017). Strategi Marketing Public Relation Dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Hotel Pantai Marina Bengkalis. *Jom FISIP Volume 4 No. 2, 4*.
- Masyuri, & Zainuddin. (2011). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Moniaga, N. A., & Kalangi, J. S. (2017). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Minat Beli Produk PT. Indofood CBP Sukses Makmur Bitung. *Journal Acta Diurna*, 6.

- Noor, J. (2015). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Orzan, G., & al, e. (2017). The Influence of Marketing Communication on Consumer Behavior. *Jurnal Statistik Rumania*, 164 - 173.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- Sangadji, E., & Sopiha. (2013). *perilaku konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sari, D. P., Prastawa, H., & Lintang, D. (2010). Analisis Tingkat Kepentingan Atribut Perpustakaan Berbasis Riset Melalui Metode Conjoint Analysis. *J@TI Undip, Vol V, No 2*, 109.
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siegel, S. (1997). *Statistik Non Parametrik Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: PT Gramedia.
- Siregar, S. (2011). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soewandi, M. (2015). *The Impact of Social Media Communication forms on Brand Equity DIMensions and Consumer Purchase Intention*. iBuss Management.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutedjo, B., & Santoso, S. (2015). Pengaruh Web dalam komunikasi pemasaran untuk meningkatkan perhatian dan ketertarikan konsumen online. *Jurnal EKSIS Vol 08 No 02*, 94-106.
- W, S. (2006). *Manajemen Penjualan Produk. Cetakan Kelima*. Yogyakarta: Kanisius.
- Wono, H. Y. (2018). Preferensi Mahasiswa Terhadap Marketing Communication Mix. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 62 - 75.
- Zikhri, M. (2016). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Susu Kedelai dan Faktor yang Mempengaruhi. Bogor Agricultural. Insititut Pertanian Bogor.