

## DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association (AMA) (2009). *Releases New Definition of Marketing*, Florida: Orlando.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita.
- Blackshaw, P., dan Nazzaro, M. (2006). *Consumer-generated media (CGM) 101: Word -of-mouth in the age of the web-fortified consumer*. Nielsen BuzzMetrics.
- Chaffey, Dave; et al.(2000). *Internet Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Dahlen, Michael., Lange Fredrik. and Smith, Terry. (2010). *Marketing Communications a Brand Narrative Approach*. N.Y: John Wiley and Sons
- Darmastuti, S.Sos., M.Si, Rini. (2007). *Etika PR dan E-PR*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Evans and McKee, (2010). *Social Media Marketing The Next Generation of Business Engagement*. Canada: Wiley Publishing, Inc.
- Fill, Chris. (1995). *Marketing Communication, Framework, Theories, and Application*. London: Prantice Hall.
- Gunelius, Susan. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies
- Hadari, Nawawi, (2001). *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: UGM Press.
- Irfan, Muhamad. (2014). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Twitter Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Strike! Courier di Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 2, Nomor 2, 2014, Hal : 28-38*. <https://www.dropbox.com/s/g35z6kx089rkuxw/jpkomunikasidd140175.doc?dl=0> diakses tanggal 7 Oktober 2016, pukul 22:33 WIB.

- Kartika, D. Ratih. (2016) Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Bisnis Online Shop @Reisagarage). *Skripsi*. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. <http://eprints.upnyk.ac.id/7180/> diakses tanggal 7 Oktober 2016, pukul 22.42 WIB.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management. 13th Edition*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran, jilid 2 edisi kesebelas*, Jakarta : PT INDEKS.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi, Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lattimore, Dan., Otis Baskin, Suzette T. Heiman, Elizabeth L. Toth. (2010). *Public Relations Profesi dan Praktik*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Mohammed Rafi A; Jaworski, Bernard J; Fisher, Robert J; Paddison, Gordon J. (2003). *Internet Marketing: Building Advantage in a Network Economy. 2nd edition*. New York: McGraw-Hill Book Co.
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, Sandra. , Nancy Mitchell, dan William Wells. (2009). *Advertising Edisi Kedelapan*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. (2009). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya

- Priambada, Swasta (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM). *Skripsi*. Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya. Malang. [http://is.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/file/download\\_file/1547](http://is.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/file/download_file/1547). Diakses tanggal 7 Oktober 2016, pukul 23.00 WIB.
- Prihadi, S.(2015). Berapa Jumlah Pengguna Facebook dan Twitter di Indonesia?. <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150327061134-185-42245/berapa-jumlah-pengguna-facebook-dan-twitter-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 7 Oktober 2016, pukul 21.23 WIB.
- Prisgunanto, Ilham. (2006). *Komunikasi Pemasaran: strategi dan taktik dilengkapi OSTAC & STOP-SIT*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rahmawati, Dewi (2016). Pemilihan Dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz). *Skripsi*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. [http://digilib.uin-suka.ac.id/20145/2/11730043\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/20145/2/11730043_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf) diakses tanggal 7 Oktober 2016, pukul 22.01 WIB.
- Siagian, Sondang. P. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bhumi Aksara.
- Soemanagara. (2006). *Strategic Marketing Communication (konsep strategi dan terapan)*, Bandung: PT Alfabeta.
- Stewart, Colin & Kowaltzke. (2008). *Media Ways and Marketing*. Queensland: John Wiley & Sons Australia. Ltd
- Wardhani, Diah. (2008). *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Weinberg, Tamar. (2009). *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. CA : O'Reilly Media, Inc.

West, R & Lynn H. Turner. 2009. Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.

William J. Stanton. (2009). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

Zarella, Dan. (2010). *The Social Media Marketing Book*. USA: Oreilly Media.