

DAFTAR PUSTAKA

- Abyad, Abdulrazak. 2017. *Importance of Consumer Trust in e-commerce*. Middle East Journal of Business. Vol 12.
- Ascharisa, M.A. 2018. *Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi*. Jurkom, Riset Komunikasi, 1(1), 147–157.
- Atmoko, Bambang Dwi, 2012. *Instagram Handbook*. Media Kita. Jakarta
- Bafadhal, OM. 2017. *Komunikasi Ritual Penggunaan Aplikasi WhatsApp: Studi Konsumsi Berita Lewat Group WhatsApp*. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. Diakses dari <https://dijournal.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/view/8628> pada 28 Juli 2020 pukul 15.30
- Buhari, Alma. 2007. *Menumbuhkan Jiwa Wirausaha bagi Mahasiswa dan Masyarakat Indonesia, Edisi Revisi*. Pustaka Alfabeta. Bandung
- Chaffey, Dave et al. 2000. *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education Limited. England.
- Chang, Chen. 2016. *The Influence of Social Power in Online Purchase Decision*. British Journal of Applied Science and Technology. Vol 12. No. 5. Pp 1-16
- Dentoni, D & Reardon, T. 2009. *Can SMEs Build Global Brands with Place-Of-Origin Information? The Role of Social Networks*.
- Hartanto, AAT. 2010. *Panduan Aplikasi Smartphone*. Gramedia. Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana inda. Jakarta
- Men, L.R., & Tsai, W.S. 2015. *Infusing social media with humanity: Corporate character, public engagement, and relational outcomes*. Public Relations Review, 41(3), 395-403.
- Mohammed, Rafi. 2003. *Internet Marketing: Building Advantage in a Networked Economy*. McGraw-Hill. USA
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya Offset. Bandung

- Moriansyah, La. 2015. *Pemasaran Melalui Media Sosial Antecedents dan Consequences*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia. Depok
- Muffidah, Amalia. 2019. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran*. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri. Ponorogo.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor
- Pangetika, N.L. 2018. *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial WhatsApp Terhadap Penyebaran Informasi Pembelajaran di SMA Negeri 5 Depok*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta
- Priansa JD. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Pustaka Setia. Bandung
- Prisgunanto, Ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik dilengkapi OSTAC & STOP-SIT*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Setiadi, J. Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media Group. Jakarta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV. Bandung
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV. Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Andi Offset. Yogyakarta
- Umar, Husein. 2004. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Cetakan keenam*. Raja Grafindu Persada. Jakarta
- Utomo, R. M. 2016. *Pemanfaatan Digital Marketing Indonesia*. Diakses dari <http://m.metrotvnews.com/teknologi/news-teknologi/GNGyEMrpkpemanfaatan-digital-marketing-diindonesia-masih-minim> (pada 20 Juli 2020 pukul 17.55)
- Wardhana, A. 2015. *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Telkom. Bandung

Yuni, Afa. 2017. *Manfaat Susu Kambing Etawa*. Diakses dari <http://idgooglecom.blogspot.co.id/2013/01/manfaat-susu-kambingetawa.html> (pada 21 Juli 2020 pukul 14.20).