

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran* (A. Maulana (Ed.)). Erlangga.
- Best, R. J. (2013). *Market-Based Management: Strategies for Growing Customer Value and Profitability* -6/E. Pearson.
- Boyd, D. M, Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11.
- Cahyono, A.S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. Publiciana., 140-157.
- Dr. Darmanto, M. ., & Drs. Sri Wardaya, M. (2016). *MANAJEMEN PEMASARAN untuk mahasiswa ,usaha mikro,kecil dan menengah* (Issue 9). Deepublish
- Davis, Joel J. 2013. *Penelitian Periklanan, Teori & Praktik*. 2 ed. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Anton Wachidin Widjaja, dan Hendrawan Supratikno. 2003. *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif, Strategi Program, dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Erdoğan, İ. E., & Çiçek, M. (2012). *The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 58, 1353–1360.
- Jusuf, Fadilah. Dina Andriana. (2021). Efektivitas Iklan Mie Sedap *Korean Spicy Chicken* Menggunakan Metode *Direct Rating Method* (DRM). Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.8 No 1.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons, 53(1), 59–68.

- Kartika, A. D. (2020). Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Brand Awareness dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Produk Kosmetik Wardah). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 101–115.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi 11 Jilid 2* (11th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Palupi, M. S. (2016). *Pengembangan Tes Hasil Belajar Matematika Materi Menyelesaikan Masalah Yang Berkaitan Dengan Waktu, Jarak Dan Kecepatan Untuk Siswa Kelas V*. *Jurnal Penelitian (Edisi Khusus PGSD)*, 20(2), 151–157
- Rifandia, Fachriza. Widya Sastika. (2018). *COMPARATIVE STUDY: THE EFFECTIVENESS OF UMKM WINA SUPERNACK THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM AND FACEBOOK IN CIMAHI*. *e-Proceeding of Applied Science* : Vol.4, No.3 Desember 2018 : Page 1254-1262.
- Sutejo, B. S. (2006). *Internet Marketing : Konsep Dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran*. 6(1), 41–57.
- Swastha, Basu, I. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern. In Liberty*, Yogyakarta.
- Thabit, T. H., & Raewf, M. (2018). *The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study*. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4).

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (D. Setiawan (Ed.); III). ANDI Yogyakarta.

Yulianti, I. (2015). Analisis Efektivitas Iklan Produk Menggunakan Metode Direct Rating Method. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 77–88.

Sumber Internet :

Compas.co.id

Databoks (katadata.co.id)

Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021 – Andi Dwi Riyanto, Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara: E-bisnis/Digital Marketing/Promotion/Internet marketing, SEO, Technopreneur, Fasilitator Google Gapura Digital yogyakarta

Clorismen - Clorismen (clorismenofficial.com)

<https://umsb.ac.id/berita/index/1590-perubahan-sosial-pada-masyarakat-digital>

<https://bit.telkomuniversity.ac.id/pengaruh-teknologiinformasi-terhadap-gaya-hidup-masyarakat-modern/>

<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>