

DAFTAR PUSTAKA

- Allison, Michael dan Jude Kaye. 2005. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi. Nirlaba, Pedoman Praktis dan Buku Kerja*. Jakarta: Yayasan Obor
- Aprilya, Trias. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*. Vol 5 (1).
- Assael, H. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Fourth Edition. Boston: PWS-Kent Publishing Company
- Atmoko, B.D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: PT. Trans Media.
- Bennet, R., 1997. "Export Marketing and the Internet: Experience of Web Site Use and Perceptions of Export Barriers among UK," *Businesses. Industrial Marketing Review*, 14 (5):324-344.
- Chaffey, Dave, *et al.* (2000). *Internet Marketing Strategy, Implementation and Practice*. Prentice Hall, Harlow, England
- Chaffey, Dave; *et al.*(2003). *Internet Marketing*. Pearson Education Limited., England.
- Durianto, Darmadi. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Effendy, Onong. 2000. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT.Rosdakarya
- Federal Networking Council (<http://world-information.org/wio/infostructur>, diakses tanggal 12 Maret 2018),
- Ghazali, M., (2016), *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, Malaysia: Publishing House.
- Hennig-Thurau, T ., Gwinner, K.P., Walsh, G. dan Gremler, D. D. 2004. Electronic Word-of-Mouth Via Customer-Opinion Platforms: What Motivates Consumer to Articulate Themselves on the Internet. *Journal of Interactive Marketing*, Vol 18/No 1, 38-52.
- Jarwo, 2016, Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Online Generasi 3.0 Melalui Aplikasi Instagram, *Cyber-Techn*. Vol 11 No. 01, 42-55
- Kotler, P. (1999), *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation, and Control*, The millenium edition, Englewood Cliffs, NNJ: Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip & Keller K Lane (2009). *Manajemen pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Ghalia Indonesia

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong , 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid ke-1, Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- _____, 2001, *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, diterjemahkan oleh A.B. Susanto, Jakarta: Salemba Empat.
- Lavindri, Edith dan Kurnia, Pepey Riawati. 2012. Analisis Faktor-. Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Twitter Advertising pada Segmen Muda Usia 15-24 Tahun Wilayah Jabodetabek Tahun 2011. *Journal of Management and Business Review*, Vol. 9, No. 1: 1-14
- LittleJohn, S.W., and Foss, K.A. (2008). *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication) Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, M.B. dan Huberman., A.M., 1992, *Analisa Data Kualitatif. Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta, Universitas Indonesia (UI Press).
- Moleong, J.Lexy, 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mulyana, Dedy, 2003, *Metode Penelitian Sosial*, PT. Aneka Ilmu, Jakarta.
- Nuraeni, S.D., Suryawardani, B., 2017. Analisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada PT.Niion Indonesia Utama Pada Tahun 2017, *e-Proceeding of Applied Science* : Vol.3, No.2 Agustus, 280 – 285.
- Permas, Achsan, dkk. (2003). *Manajemen Organisasi Seni Pertunjukan*. Jakarta: PT Sapdodadi
- Purwanto, 2013, *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Putri, S.W. & Mormes, M.D., Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @thekufed , *The Messenger*, Volume 9, Nomor 1, Edisi Januari 2017, 70-78
- Rahmat, 2010, Cara yang Benar Promosi di Facebook, dalam <http://www.rahmatst.info/bisnis/>, diakses tanggal 29 September 2012
- Rangkuti F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta (ID) : Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Fredy. 2009. *Strategi Promosi yang Efektif*, Jakarta: Gramedia.
- S. Gunelius, 2010, *30-Minute Social Media Marketing: Step-by-step Techniques to Spread the Word About Your Business: Social Media Marketing in 30 Minutes a Day*, McGraw Hill Profesional.
- Salbino, S., (2014). *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*, Jakarta: Kunci Komunikasi.

- Santoso, A.P., Baihaqi, I., & Persada, S.F., Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita, *Jurnal Teknik ITS*, Vol. 6, No. 1, (2017) ISSN: 2337-3539.
- Santoso, A.P., Baihaqi, I., & Persada, S.F., Pengaruh Konten *Post* Instagram terhadap *Online Engagement*: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita, *Jurnal Teknik ITS* Vol. 6, No. 1, (2017), 2301-9271
- Severin, Werner J & James W. Tankard Jr. 2011. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terpaandalam Media Massa*, Edisi Kelima, Jakarta: Kencana Prenada Media
- Sulaksana, Uyun, 2003, *Integrated Marketing Communication*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Surijah, E.A., Kirana, C.T., dkk, (2017), *Membedah Instagram: Analisis Isi Media Sosial Pariwisata Bali*, *Intuisi Jurnal Psikologi Ilmiah*, 9 (1), 1-17.
- Tampubolon M., Putri Y.R., & Atnan, N., Strategi Promosi Coffee Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Crematology), *e-Proceeding of Management*: Vol.3, No.2 Agustus 2016, 2421-2432
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Cetakan Pertama. Malang :Penerbit Banyu Media Publishing.
- Yoyon Mudjiono, Komunikasi Sosial, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No.1, April 2012, 99 – 112