

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Bungin, B. (2013). *Metodologi penelitian sosial dan ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. (2001). *Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Cohen, Louis and Lawrence Manion. (2011). *Research Method in Education*. London: Routledge
- Cravens, David & Piercy, Nigel. (2006). *Marketing Strategic*. 9th Edition, Singapore: Mc Graw-Hill companies co.
- Evans, Dave. (2008). *Social Media Marketing, An Hour A Day*. Indianapolis: Wiley Publishing.
- Gunelius, Susan. (2011). *30 Minute Sosial Media Marketing*. United States: McGrae-Hill Companies.
- H.B. Sutopo. 2002. *Pengantar Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press.
- Haryadi, A. (2005). *Promosi Penjualan: Secara Efektif dan Terencana*. Jakarta: PT Elexmedia Kompatindo Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry.(2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- M. Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat media sosial dalam meraup uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Moleong, Lexy J. (2013), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosdakarya.
- Moriarty, Sandra dkk. 2008. *Advertising. Edisi Kedelapan*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan penjualan melalui social media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Rakhmat, Jalaluddin. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*, Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

Ustadianto, Riyeke. (2002). *E-Business Plan, Perencanaan, Pembangunan dan Strategi Bisnis di Internet*. Yogyakarta : Andy.

Zarella, Dan. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu

Semesta.

Jurnal:

Paramitha, Cindy Rizal Putri, 2011. “*Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*”. Thesis, Fakultas Ekonomi Universitas Dipenogoro.

Sumber Internet :

<https://www.instagram.com/pasarpapringan/?hl=id>

<https://www.instagram.com/spedagijapan/>

<https://www.instagram.com/spedagihomestay/>

<https://www.instagram.com/spedagimovement/>

<https://www.instagram.com/spedagibamboobike/>

<https://www.spedagi.com/>

