

## Daftar Pustaka

- Atmoko, B.D. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: PT. Trans Media.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- E. Belch, George, dan Michael A. Belch. 2009. *Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: Mc Graw-Hill.
- Fisher, R. J., Mohammed, R. A., Jaworski, B. J., & Paddison, G. J. 2004. *Internet Marketing*. Singapore: Mc Graw-Hill.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>.)
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran 9: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian, (Penerjemah A.B.Susanto)*. Jakarta: Salemba Empat
- M. Nisrina. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Moleong, Lexy J. 2012, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.

- Morissan, Alexander. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakars.
- Mulyatiningsih, Endang. 2011. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, Moch. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Pustaka Setia .
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi OFFSET.

Jurnal :

Bagas Aji Pamungkas dan Siti Zuhroh. 2016. "Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian" (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura. Vol. X, No. 02. September 2016: 145-160.

Eva Melia Fitri. 2015. "Dampak *online shop* di Instagram dalam perubahan gaya hidup konsumtif perempuan *shopaholic* di Samarinda". E-journal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. 1(3). Hal.117-128.

Jamaludin, Arifin, dan Hidayat. 2015. "Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian" (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 21 No. 1:3.

Mahendra, Bimo. 2017. "Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram" (sebuah Perspektif Komunikasi), Jurnal Visi Komunikasi / Volume 16, Nomor 1, Mei 2017.

Mangold, Glynn dan Faulds, David, 2009. "*Social Media: The New Hybrid Elemen of The Promotion mix*" *SciencDirect*, Volume 52 Nomor 1, hal 357-365.

Marceline Livia Hedynata dan Radianto Wirawan E.D. Radianto. 2016. "Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack". Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Universitas Ciputra. Vol. 1, No. 1, April 2016.

- Paramitha, Cindy Rizal Putri, 2011. “Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner”. Thesis, Fakultas Ekonomi Universitas Dipenogoro.
- Purwidianoro, Kristanto, dan Hadi. 2016. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)”. Jurnal EKA CIDA Vol. 1 No. 1.
- Tampubolon, Putri, Atnan. 2016. “Strategi Promosi *Coffee Shop* Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Crematology), *e-Proceeding of Management*, Vol.3, Nomor.2, Agustus 2016: Hal 241-242.
- Umami, Zuhrol. 2015. “*Social Strategy* Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta”. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro. Angkatan III.