

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku Cetak

- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Prosedur penelitian, Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Ketiga*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kotler, Philip. 1987. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2 Edisi 3*. Jakarta: PT Midas Surya Grafindo.
- Kotler, Philip. 1992. *Marketing Management analysis, planning, and control (Fifth Edition)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran edisi 13, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2001. *Pemasaran. Buku 1. Penerjemah David Octarevia*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Limakrisna, Nandan dan Wilhelmus Hary Susilo. 2012. *Manajemen Pemasaran: Teori Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morisaan. 2007. *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru, Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: CV. Rosda.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspekti Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, Stepen P. and Coulter, Mary. 2010. *Manajemen, Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.

Salvatore, Dominick. 2005. *Managerial Economic = Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.

Stokes, Rob. 2008. *eMarketing; The Essential Guide to Marketing in A Digital World*. Quirk eMarketing.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suwatno. 2017. *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Tayibnapi, Farida Yusuf. 2000. *Evaluasi Program dan Instrumen Evaluasi*. Jakarta: Reneke Cipta.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.

Tjiptono, Fandy dan Geogorius Chandra. 2012. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta. CV. Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta; CV. Andi Offset.

### **Buku Digital**

Michael, S., Vo, J., & Sim, H. 2015. *Flashstock's Instagram Marketing Strategy E-Book*. Toronto: FlashStock Technology Inc.

### **Jurnal:**

Abdurrahman, Haris. 2017. Strategi Promosi PT. Jasaraharja Putera Jakarta dalam Menarik Minat Calon Nasabah Tahun 2016. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Fahlevi, Reza. 2018. Strategi Promosi Rinjani Trekker Tour & Travel melalui Instagram Tahun 2017. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Faisal, Reza. 2016. Strategi Promosi Penjualan Lazada.Co.Id. Jurnal Kajian Komunikasi, Vol 4 No.1, hlm 64-77.

Ie, Herlin, Sem G. Oroh & Silcyjeova Moniharapon. 2015. Penerapan Strategi Promosi Pada Pemasaran Produk Federal Parts CV. Kanaka Jaya Manado. Jurnal EMBA, Vol. 3 No. 2, hal 650-659.

Mulawarman & Aldila Dyas Nurfitri. 2017. Perilaku Pengguna Media Sosial Berserta Implikasinya Ditinjau dari Prespektif Psikologi Terapan. Buletin Psikologi, Vol 25 No. 1, 36-44.

Pondaag, Trivena Octaviana & Agus Supandi Soegoto. 2016. Evaluasi Strategi Promosi dan Penjualan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. Astragraphia, TBK Cabang Manado. Jurnal EMBA, Vol. 4 No. 2, hal 133-143.

Purbohastuti, Arum Wahyuni. 2017. Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tritayasa Ekonomika*, Vol. 12 No. 2, hlm 212-231.

Suryani, Ita. 2014. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015 (Studi Social Mdia Marketing pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*, Vol. 8 No. 2, hlm 123-138.

Tampubolon, Mikharisti, Yuiana Rachma Putri, & Nur Atnan (2016), Strategi Promosi Coffe Shop Melalui Media Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @crematology), Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom. No.2 Agustus 2016.

Umami, Z. 2015. *Social Strategy* Pada Media Sosial untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Interaksi*, 195-201.

### **Surat Kabar dan Majalah Elektronik**

Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. 2019. *Facebook Jadi Medsos Paling Digemari di Indonesia*. Diakses pada 25 maret 2019 jam 22.05. Dalam <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia?page=all>.

<http://www.bumn.go.id/pln/halaman/121> (diakses 27 September 2019 jam 21.09)

<https://vdocuments.mx/s-instagram-marketing-strategy-e-book.html> (diakses 27 Juni 2019 jam 22.00)

[https://www.pln.co.id/static/uploads/2019/11/PLN-AR-2018\\_Final-Upload-Website-1.pdf](https://www.pln.co.id/static/uploads/2019/11/PLN-AR-2018_Final-Upload-Website-1.pdf) (diakses pada 7 Desember 2019 jam 11.00)

<https://www.pln.co.id/static/uploads/2017/06/Permen-ESDM-No.-28-Tahun-2016.pdf> (diakses pada 7 Desember 2019 jam 11.00)