

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Aaker, David A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Ahmadin. (2013). *Metode Penelitian Sosial*. Makassar: Rayhan Intermedia.
- Almatsier, S. (2004). *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Alo, Liliweri. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Atmoko, Bambang. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- B Walther, Joseph. (1996). *Computer Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. Communication Research Vol.23, California*. USA: Sage Publications.
- Badudu, J.S & Zain. (1994). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Basu, Swastha dan Irwan. (1985). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Budiargo, Dian. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generations*. Jakarta: PT. Elex Media Kompetindo.
- Bungin, M. Burhan. (2008). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chaffey, Dave. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. England: Pearson Education Limited.
- Creswell, John W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Darmadi, Durianto, dkk. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Devito, Joseph A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Effendy, Onong Uchjana. (1993). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- \_\_\_\_\_. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Enterprise, Jubilee. (2012). *Menguasai Situs Social Media untuk Fotografer*. Yogyakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graham Ilmu.
- Gamal, Lia dan Dayu P. (2015). *Revolusi Diet Sehat Tanpa Siksaan*. Yogyakarta: Indoliterasi.
- Ghony, M.D. dan Almanshur, F. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Griffin. (2011). *A First Look at communication Theory, 6<sup>th</sup> Editions*. New York, USA: McGraw-Hill Companies.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, Dedy N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Keegan, W. J. (1996). *Manajemen Pemasaran Global*. Jakarta: PT. Premhatlindo.
- Kotler, Philip. (1996). *Manajemen Pemasaran: Marketing Management*. Jakarta: PT Premhatlindo.
- Kotler dan Keller. (2007). *Marketing Management*. Global Edition. New Jersey: Pearson Education.

- \_\_\_\_\_. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kozier, B.; Erb, G.; Berman, A.; Synder, S.J. (2012). *Fundamentals of Nursing: Concepts, Process, and Practice, 7<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Kencana Perdana.
- Kurniali, Peter C.; Nugroho, A. (2007). *Healthy Food for Healthy People*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Leslie, L. Z. (2011). *Celebrity in 21<sup>th</sup> Century*. ABC-CLIO, LLC California.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Mulyana, Deddy. (2003). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Moleong, L. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Sosial Media Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Patton, Michael Quinn. (1987). *Qualitative Education Methods*. Beverly Hills: Sage Publication.
- Riduwan. (2004). *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic. (2004). *Computer Mediated Communication, Social Interaction and The Internet*. London: Sage Publications.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Wursanto, Ignasius. (2009). *Dasar-dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta: Andi.

### **Sumber Internet**

Andi. (2019). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019*.

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>.

Diakses pada 28 Juli 2019 pukul 12.38 WIB.

CNN Indonesia. (2017). “Instagram Kini Bisa Siaran Langsung”.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/>. Diakses pada 02 Desember 2019

pukul 22.45 WIB.

Digital Marketer. (2016). “Updatean Terbaru: Social Media Instagram

Meluncurkan Instagram Stories”. [https://digitalmarketer.id/social-](https://digitalmarketer.id/social-media/updatean-terbaru-social-media-Instagrame-luncurkan-Instagram-stories/)

[media/updatean-terbaru-social-media-Instagrame-luncurkan-Instagram-](https://digitalmarketer.id/social-media/updatean-terbaru-social-media-Instagrame-luncurkan-Instagram-stories/)

[stories/](https://digitalmarketer.id/social-media/updatean-terbaru-social-media-Instagrame-luncurkan-Instagram-stories/). Diakses pada 02 Desember 2019 pukul 22.30 WIB.

### **Sumber Jurnal**

Andreas Kaplan and Michael Haenlein. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Kelley School of Business, Business Horizon*, Vol. 53, No. 1. 2010.

Arnus, Sri Hadijah. (2018). *Pengaplikasian Pola Computer Mediated Communication (CMC) dalam Dakwah*. *Jurnal Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Kendari*, Vol. 04 No. 1 Mei 2018.

Azaria, P. A. (2014). *Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word Of Mouth dan Efektivitas Iklan dalam Meningkatkan Brand Awareness*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 13 No. 1 Agustus 2014.

- Coviello, N. Milley, R. & Marcolin, B. (2001). *Understanding It-Enable Interactivity in Contemporary Marketing*. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 15 No. 4, P. 18-33.
- Dewi, Ni Nyoman KA; I Gede Ketut W. (2017). *Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, dan Wom Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus*. *Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 6(10), 5595-5603.
- Humdiana. (2005). *Analisis Elemen –Elemen Brand Equity Produk Rokok Merek Djarum Black*. *Journal of Marketing Management*. Vol.12(1).
- Kannan, P. K., & Hongshuang, L. (2016). *Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda*. *International Journal of Research in Marketing*.
- Khan, F., & Siddiqui, K. (2013). *The Importance of Digital Marketing: An Exploratory Study to Find The Perception and Effectiveness of Digital Marketing amongst The Marketing Professionals in Pakistan*. *Journal of Information Systems and Operations Management*. 1-8.
- Kusuma. (1999). *Dampak Teknologi (Internet) terhadap Bauran Pemasaran*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. V, No. 1, Maret, 1999.
- Labbad, Sarra A; Sabitha Niketh. (2018). *The Role of Digital Marketing in Creating Brand Awareness and Measuring Customer Satisfaction at Intercontinental Hotel, Al-Jubail, Saudi Arabia*. *International Journal of Research in Economics and Social Science*. Vol 8 Issue 5 May 2018.
- Purwana, Dedi; Rahmi; Shandy Aditya. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. Vol. 1(1), 13-16.

## Sumber Skripsi dan Penelitian

Saveria, Rachael Abigail. (2016). *Analisis Digital Marketing dalam Strategi Integrated Marketing Communication Kampanye Politik (Studi Kasus Komunitas Teman Ahok)*. Universitas Indonesia.

