

DAFTAR PUSTAKA

- Amirin, Tatang. M. (1990). *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: CV Rajawali.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Basu, Swastha, & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Basrowi dan Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cangara, H. Hafied. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chaffey, Dave & PR Smith. (2008). *E-Marketing Excellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. 3rd Edition. UK: Butterworth.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Daryanto. (2011). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurasi Sejahtera.
- Effendi, Onong Uchjana. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kennedy, John. E R Dermawan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Kencana Perdana.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu
- M Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L.J. (2006). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Natoradjo, Sulyus. (2011). *Event Organizer Dasar-dasar Event Management*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Prisgunanto, Ilham. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Prisani Cendekia.
- Purnama, Hadi. (2011). *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Purwanto, Djoko. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Ruslan, Rosady. (2002). *Manajemen Humas & Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2010). *Metode Penelitian Public Relation Dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Shim, Terence A. (2001). *Periklanan Promosi, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shim, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: Jhon Wiley & Sons Inc.

- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulaksana. (2003). *Integrated Marketing Communications Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

JURNAL:

Aliansyah, M. R., Salmiyah, D., & Ali, F. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Forever Young Crew). *Ilmu Komunikasi*, 4(3), 3123–3130.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/5044>

Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *Ilmu Komunikasi*, 5(1), 13–23. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/01/Jurnal Cetak \(01-20-17-06-48-55\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/01/Jurnal_Cetak_(01-20-17-06-48-55).pdf)

Indriani, E. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Untuk Meningkatkan Ekuitas Merek Solopos. *Ilmu Komunikasi*, 1, 5–26.
<http://eprints.ums.ac.id/54111/>

