

## Daftar Pustaka

- Assael, Henry. (2001). *Consumer behaviour and Marketing Action (6 th ed.)*. Thompson, NY. USA.
- Baker, Gary. (2000). *Marketing Management. Twelved Edition*. New York: McGraw Hill, Inc.
- Belch, George, E., Belch, Michael, A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. 8th Edition*. New York: McGraw Hill, Inc.
- Buchory, A. H. dan Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran:Edisi Pertama*. Bandung:Linda Karya
- Brogan, Chris. (2010). *Social Media 101:Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons.
- Christoph Trattner, Kappe, F., Social Stream Marketing on Facebook: A Case Study International Journal of Social and Humanistic Computing (IJSHC) 2 (1/2). [http://www.christophtrattner.info/pubs/trattner\\_kappe.pdf](http://www.christophtrattner.info/pubs/trattner_kappe.pdf). 2013. diakses tanggal 1 April 2017.
- Cravens, David W. (2006). *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Dailey, Patrick, R. (2009). *Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture*. Burlington, Linkage.
- Evans & McKee. (2010). *Social Media Marketing The Next Generation of Business Engagement*. Canada: Wiley Publishing, Inc.
- Fikri Rasyid, *Social Media Marketing: Definisi, Konsep dan Aplikasinya*, <http://fikrasyid.com/social-media-marketing-definisi-konsep-dan-aplikasinya/>. 2009. diakses tanggal 1 April 2017.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multerative dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, (2016). *Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Olahan Yoghurt Cimory*. Institut Pertanian Bogor.
- Gurnelius, S. (2011). *30-minute Sosial Media Marketing*. USA: McGraw- Hill Co.
- Hsu, Yen. (2011). *Design innovation and marketing strategy in successful product competition. Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 26 Issue 4 Pp.223 –236. Emerald Group Publishing Limited 0885-8624

- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (15th ed.). London: Pearson Education Limited 2012.
- Lovelock, C.H., Wirtz, J., & Jayanta Chatterjee. (2007). *Service Marketing: People, Technology, Strategy. Sixth Edition*. USA: Prentice Hall
- Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel., (2001), *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Moekijat. (2000). *Kamus Manajemen*, Bandung, Penerbit CV. Mandar Maju
- Monroe, Kent B. (2005). *Pricing: Making Profitable Decisions (3rd edition)*. New York: Mac Milan.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2001). “*Creating Effective Marketing Plan*”. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rasyid, Fikri. (2009). *Social Media Marketing: Definisi, Konsep dan Aplikasinya*, diakses 22 Maret 2017 melalui <http://fikirasyid.com/social-media-marketing-definisi-konsep-dan-aplikasinya/>
- Rohmadi, Arif. (2016). *Tips Produktif Ber-Social Media: Memanfaatkan Aneka Sosial Media Populer, Riset Media Sosial, Promosi Online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Saladin, Djaslim dan Oesman, Yevis, Marty. (2003). *Intisari Pemasaran*. Edisi Kedua. : Medan: Media IPTEK
- Salamoon DK. 2013. *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya di Dunia Maya* [skripsi]. [internet]. [diunduh tanggal 2 April 2017]. Dapat diunduh di :[http://repository.petra.ac.id/16642/1/Publikasi1\\_10021\\_1481.pdf](http://repository.petra.ac.id/16642/1/Publikasi1_10021_1481.pdf)
- Sarah Mahoney. *For Luxury Brands, Instagram Blows Pinterest Away*. <http://www.mediapost.com/publications/article/219206/for-luxury-brands-instagram-blows-pinterest-away.html>. 2014. diakses 27 Maret 2017.

- Schiffman dan Kanuk. (2001). Riset Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Sistaningrum, Widiyaningtyas. (2002). *Manajemen Penjualan Produk*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta
- Solis, Brian. 2011. *Engage : The Complete Guide for Brands and Businesses to Build. Cultivate. and Measure Succes in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Strauss, Judy; Frost, Raymond. (2009). *E-Marketing*. (5thEdition)., New Jersey: Prentice Hall.
- Sugiyono. (2014) Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor
- Swastha DH., Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Ke-tigabelas, Yogyakarta: Liberty Offset
- Thamwika Bergström,, Marketing and PR in Social Media: How the utilization of Instagram builds and maintains customer relationships (PDF). <http://su.diva-portal.org/smash/get/diva2:625012/FULLTEXT01.pdf>. Stockholm University. 2013. hal 5. diakses 2 April 2017.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua,. Jakarta: Andy Offset.
- Tranyar. (2015, 14 Desember). Diperoleh 30 Agustus 2017, dari <https://www.tranyar.co.id/blog/kelebihan-kekurangan-pemasaran-dengan-social-media-jasa-toko-online-terbaik/>