

DAFTAR PUSTAKA

- Badri, Muhammad. 2011. *Corporate Marketing and Communication*. Jakarta : Universitas Mercu Buana.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Rajawali Pers, Jakarta, 2011.
- Bobbitt, Randy dan Ruth Sullivan. 2009. *Developing The Public Relations Campaign: Second Edition*. Boston: Pearson Educations, Inc.
- Brogan, Chris. 2010. *Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online*.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodelogi Penelitian Kualitatif* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 2000. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan F.X. Budianto. Jakarta : Binarupa Aksara
- Jalaluddin Rakhmat. 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisaso, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Mufid, Muhammad. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Patrick R. 2009. *Social Media Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture*. Burlington, Linkage.
- Ruslan, Rosadi. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.

- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Teori, Kuesioner, Dan Analisis Data Sumber Daya Manusia (Praktek Penelitian)*. Yogyakarta : Center For Academic Publishing Service.
- Venus, Antar. 2009. *Manajemen Kampanye Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Sumber Lain :

- Roat, Olivia. (2014). *The Complete Guide to Instagram*. (e-book), diakses pada tanggal 9 Agustus 2018 : 20.24
- Herman, Jenn. (2014). *The Ultimate Beginners Guide to Instagram*. (e-book), diakses pada tanggal 9 Agustus 2018 : 21.59
- Pengaruh social marketing campaign terhadap proses pengambilan keputusan untuk menjadi donatur greenpeace Indonesia the influence of social marketing campaign to decision making process to become greenpeace indonesia donors canny lestari, vanessa gaffar, se., ak.,mba (Journal), diakses pada tanggal 2 Juni 2018 : 20.07
- Pengaruh *Activity, Interest, Opinion (Aio)* Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menonton Film di Bioskop E-Plaza Semarang, Ratni Lalitamanik, Dra. Apriatni EP, MSi, dan Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si, 2014 (Journal), di akses pada tanggal 2 Juni 2018 : 19.47
- Kampanye *Public Relations* Dalam Membentuk Sikap Khalayak (Studi pada Kampanye *Stop Trafficking of Children and Young People* yang diselenggarakan oleh The Body Shop Indonesia), Nur Fithry Amalia, 2012. (Journal), di akses pada tanggal 4 Juni 2018 : 20.32
- Pengaruh Tayangan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Interveningnya di Surabaya, Khoirul Huda dan Khuzami, 2013. (Journal), di akses pada tanggal 22 April 2018 : 22.56
- Pengaruh Program Kampanye “*Say No to Plastic Bag*” oleh The Body Shop Terhadap Partisipasi Masyarakat, Calisca Hardiana Anggani, 2014. (Journal), diakses pada tanggal 22 April 2018 : 23.05

Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya, Wilson Setiawan dan Drs. Sugiono Suhartono, 2014. (Journal), diakses pada tanggal 3 Juni 2018 : 11.43