

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Belch, George E., & Michael A. Belch. 2007. *Advertising and Promotion: an Integrated Marketing Communication Perspective*, 7<sup>th</sup> edition, McGraw Hill
- Chaffey, Dave dan PR Smith 2013. *E-Marketing : Excellence*. UK : Butterworth Heinemen
- Maczuga, Piotr. 2014. *Content Marketing Handbook*. Warsaw
- Saputra, Lyndon. (2013). *Pengantar Kebutuhan Dasar Manusia*. Jakarta : BinarupaAksara
- Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif : Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta : GRASINDO
- Shimp, Terence A dan J. Craig Andrews. 2013. *Advertaising, Promotion and other aspect of Integrated Marketing Communication*. USA, South-Western : Cengage Learning
- Sri Widyastuti, *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*, 2017
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.

### Jurnal:

- Afrilia Mettasatya, Ascharisa. (2018) *Digital Matketing Sebagai Strategi Komunikasi*
- Daniel Rizal Putri Paramitha, *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*. Thesis. Semarang: fak. Ekonomi UNDIP

- Dedi Purwana ES, dkk, “Pengaruh Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit”. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*. Vol. 1 No.1, Juli 2017
- Lestari, Desti Putri. 2015. Analisis Strategi Internet Marketing Butik Online di Surabaya Melalui Instagram. *Jurnal COMMONLINE Departemen Komunikasi*, Vol. 4(2):412-424
- McPheat, Sean, (2011). Content Marketing. The Internet Marketing Academy & Ventus Publishing Aps
- Monica Utari, “ Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya” *Jurnal Ilmu Komunikasi FISIP*, Vol. 4 No.2, Oktober 2017
- Noviandari, Line. (2015). Statistik Pengguna Internet dan Media Sosial Terbaru di Indonesia.
- Patrick, Pelsmacker. 2013. Marketing Communication; A European Perspective. Harlow: Pearson.
- Setiadi, Ahmad. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. AMIK BSI Karawang. Hal. 3-4

**Website:**

- (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/27/internet-mendukung-umkm-jangkau-pelanggan> diakses pada 18 Mei 2021)
- (<https://www.sekawanmedia.co.id/media-sosial-untuk-bisnis/> diakses pada 18 Mei 2021)
- (<https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-7-konsep-mix-marketing-dalam-perusahaan-jasa/> diakses pada 21 Mei 2021)
- (<https://www.kompasiana.com/arnaldinasrum/550045e7a33311bb7451058d/pengaruh-perkembangan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-era-globalisasi> diakses pada 19 Mei)

(<https://bikinkonten.com/jurnalisme/sosial-media/mengapa-kita-tidak-bisa-lepas-dari-media-sosial/9/10/18> diakses pada 22 Mei)

(<https://www.jurnal.id/id/blog/cara-sukses-strategi-pemasaran-jasa/> diakses pada 22 Mei)

(<https://whello.id/tips-digital-marketing/10-strategi-media-sosial-marketing-untuk-bisnis-berskala-kecil/> diakses pada 23 Mei)

(<https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/> diakses pada 23 Mei)