

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Chaffey, Dave, Fiona E. Chadwick dan Kevin Johnstone. 2006. *Internet Marketing, Strategy, Implementation, and Practice*. Harlow: Prentice Hall.
- Chaffey, Dave dan PR Smith. 2013. *E-Marketing: Excellence*. UK: Butterworth-Heinemann.
- Doembana, Ismawati, Abdul Rahmat, dan Muhammad Farhan. 2017. *Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management*. UK: Pearson Education
- Kholil, Munawar. 2009. *E-Commerce*. <http://staff.uns.ac.id>
- Maczuga, Piotr. 2014. *Content Marketing Handbook*. Warsaw : www.cmex.eu
- Moleong, L.J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sanusi, A. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputra, Lyndon. (2013). *Pengantar Kebutuhan Dasar Manusia*. Jakarta: BinarupaAksara.
- Saragih, Hoga. 2013. *Konsep Elektronik Commerce (E-commerce) dan Elektronik Business (E-Business)*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: GRASINDO
- Shimp, Terence A. 2009. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta. Erlangga.

- Shimp, Terence A dan J. Craig Andrews. 2013. *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communication*. USA, South-Western: Cengage Learning.
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Refika Aditama.
- Smith, PR dan Ze Zook. 2011. *Marketing Communication*. UK: www.koganpage.com
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2010. *Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Buku Ajar Perkuliahan*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Suryabrata. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Jurnal:

- Ersyad, Yasser, Eni Maryani, dan Siti Karlinah. 2018. Komunikasi Pemasaran dalam Positioning N219 oleh PT Dirgantara Indonesia (Persero). *Jurnal Kajian Komunikasi Universitas Padjadjaran*, Vol. 6 (1): 24-36.
- Fauzi, Viny Putri. 2016. Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing ER-CORNER Boutique Dalam Membangun Brand Awareness di Kota Pekanbaru. *JOM FISIP Universitas Riau*, Vol. 3 (1): 1-15.
- Lee, Sangwon et al. (2013). User Perception of Social Media: A Comparative study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. 3 (4): 149-178.
- 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
- Oktaviani, Femi dan Diki Rustandi. 2018. Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal PProfesi Humas*, Vol. 3 (1): 1-20.

- Rachman, Kukuh Abdu dan Maya Ariyanti. 2018. Analisis Positioning Marketplace Berdasarkan Persepsi Konsumen Generasi Milenial. *Jurnal e-Proceeding of Management*, Vol. 5 (2): 1708-1716.
- Ratna, Metta. 2018. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media LSPR*, Vol.22 (1): 14-15
- Tania, Debby dan Diah Sharmayanti. 2014. Market Segmentation, Targeting, dan Brand Positioning dari Winston Premier Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2 (1): 1-7.

Website:

- (<https://m.bisnis.com/amp/read/20190219/266/890869/e-commerce-4.0-adalah-eraomnichannel> diakses pada 17 Juni 2019)
- (<https://www.bitebrands.co/2015/01/sejarah-dan-perkembangan-media-sosial.html>)
- (<https://www.blanja.com/kp/asli-indonesia> diakses pada tanggal 15 Februari 2019)
- (<https://www.bukalapak.com/about> diakses pada tanggal 15 Februari 2019)
- (<https://careers.shopee.co.id/about/> diakses pada tanggal 15 Februari 2019)
- (<https://www.cnbcindonesia.com/fintech/20180118135327-37-1904/ini-prediksi-tren-e-commerce-di-indonesia-tahun-2018/14/02/19> Diakses pada tanggal 14 Februari 2019)
- (<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>. Diakses pada tanggal 20 Maret 2019)
- (<https://dailysocial.id/post/kumpulan-17-perusahaan-e-commerce-indonesia-yang-gagal-eksis-sejak-era-2000-an> diakses pada 17 Juni 2019)
- (www.ecommerceiq.asia diakses pada tanggal 14 Februari 2019)
- (www.inet.detik.com diakses pada 13 Februari 2019)
- (<https://infodigimarket.com/digital-marketing-dan-social-media-marketing/> . Diakses pada tanggal 28 Oktober 2018).
- <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/> . diakses pada tanggal 15 Februari 2019)
- (<https://www.komite.id/2017/08/23/strategi-blanja-com-mendongkrak-pasar-e-commerce/> diakses pada tanggal 21 Februari 2019).

(<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3871585/ambruknya-toko-ritel-bukan-karena-serbuan-e-commerce> diakses pada 17 Juni 2019)

(<https://www.nayaproject.id/lima-strategi-digital-marketing-2018/>.diakses pada tanggal 28 oktober 2018).

(<http://panduanim.com/apa-itu-content-marketing/> . diakses pada 11 November 2018)

(<http://www.perhumas.or.id/?p=3717> diakses pada tanggal 21 Februari 2019)

(<https://www.progresstech.co.id/blog/manfaat-sosial-media-bisnis/>, diakses pada 11 November 2018)

(www.tokopedia.com diakses pada tanggal 15 Februari 2019).

(<https://www.wartaekonomi.co.id/read216302/pertumbuhan-e-commerce-pesat-di-indonesia.html> . diakses pada 17 Juni 2019)

(<http://wersm.com/the-complete-history-of-instagram/> . Diakses pada 5 April 2019).