

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU

- Assauri,Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Hermawan.Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Joseph, Thomas. 2011. *Apps The Spirit of Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Kartajaya, Hermawan. 2006. *Marketing Klasik Indonesia*. Bandung: PT Mizan Pustaka
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga
- Kotler.Philip dan Armstrong.Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler,Philip and Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler.Philip dan Hermawan Kartajaya, 2010. *Marketing 3.0*. Jakarta: Erlangga
- Mowen, John. 2001. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Penerbit Erlangga
- Nuruddin. 20013. *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur
- Nasrullah, Rulli. 2016.*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*.Bandung:Simbiosis Rekatama Media
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (CyberMedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Solomon, Denise. 2011. *Interpersonal Communication: Putting Theory Into Practice*. Routledge: UK
- Sulaksana, Uyung. 2003. *Intregrated Marketing Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- Soegoto, Eddy Suryanto. 2008. *Marketing Research The Smart Way To Solve A Problem*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Tjiptono.Fandy dan Gregorius Chandra.dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi

SUMBER INTERNET

<http://blog.globalwebindex.net/Instagram-tops-lips-of-growtl> di akses 25 September 2016, 20.00 wib

<http://communicateur.wordpress.com/2012/10/31/cyber-community-vs-real-community-komunitas-facebook-vs-komunitas-nyata/> di akses pada 30 September 2016, 12.00

www.maxmanroe.com/instagram-untuk-bisnis-menarik-perhatian-ig-ers.html/ di akses pada 25 Oktober 2016, 11.00

<http://www.ngelmu.com/2016/09/ringkasan-riset-media-sosial-global-2016.html/> di akses pada 21 Januari 2017, 15.48

<http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016?ref=http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016/> di akses pada 21 Januari 2017, 16.00

<http://trackmaven.com/blog/2016/07/social-media-marketing-strategy-report/> di akses 23 Januari 2017 13:10

<http://wearesocial.com/sg/blog/2016/09/digital-in-apac-2016> di akses 23 Januari 2017 13:00

<http://stpgroup.blogspot.co.id/p/contoh-kasus.html/> diakses pada 26 Maret 2017 12.43

https://web.facebook.com/help/instagram/294919817276863?helpref=hc_fnav&_rdr/ diakses 11 Maret 2017 16:00

SUMBER JURNAL

Aditya, Rangga. 2015. Pengaruh media sosial instagram terhadap minat fotografi pada komunitas fotografi pekanbaru. Pekanbaru: Universitas Riau

Rahmawati, Dewi. 2014. Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @frezzyBrowniez). Yogyakarta: Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta

Ayu, Eryta. 2013. Aplikasi instagram sebagai media komunikasi pemasaran *online shop* (Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran *Online shop*). Surabaya. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa timur

- Sa'adah Milati.2014,Perilaku komunikasi di komunitas android Pekalongan karesidenan (APK). Semarang. Universitas Islam Sultan Agung Semarang
- Putri Lestari Desti.2016, Analisis Strategi Internet Marketing Butik Online di Surabaya Melalui Instagram. Surabaya.Universitas Airlangga
- Kirana Betari.2016. Faktor-Faktor yang Menentukan Online Seller Memilih Situs Jejaring Instagram Sebagai Media Promosi Online shop (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Faktor-faktor yang menentukan toko online di Yogyakarta Memilih Media Promosi Instagram).Yogyakarta.Universitas Atma jaya Yogyakarta