

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Hamid, Noor Raihan. (2013). *Social media: an emerging dimension of marketing communication*. Journal of Management and Marketing Research 12 (2013) 1–8. Retrieved from <http://search.proquest.com/openview/379c3d01da4c2c3f961efdd8e5d47bb4/1?pq-origsite=gscholar>
- Aditia, Rivan. (2015). *Sejarah Dan Perkembangan Aplikasi Sosial Media Instagram*. Gudangilmukomputer [online], Tersedia: <http://www.gudangilmukomputer.com/2015/12/sejarah-dan-perkembangan-aplikasi-sosial-media-instagram.html> [19 April 2016]
- Akbar, Ikhsan Maulana. (2015). *Youtube Sebagai Media Sosialisasi Universitas Media Kreatif (Studi Kasus Pada Eksistensi Sae Institute Jakarta)*. Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Telkom: Diterbitkan
- Alamsyah, Andry & Peranginangin, Yahya. (2015). *Mobile Content Development* (1st ed). Bandung: Arcadia Media Mandiri.
- Amelia, Miska. (2014). *Fenomena Foodstagramming Di Kalangan Mahasiswa Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Foodstagramming Oleh Mahasiswa Pengguna Instagram Di Bandung)*. Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Telkom: Diterbitkan.
- APJII. (2014). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. APJII [online], Tersedia: <https://apjii.or.id/content/read/39/27/PROFIL-PENGGUNA-INTERNET-INDONESIA-2014> [19 mei 2016]
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Manajemen Penelitian*. Jakarta Indonesia: PT. Rineck Cipta
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Aziz, Ibnu. (2015). *Instagram Rilis Rapture, Kebijakan Hapus Akun Palsu & Spam*. Sidomi [online], Tersedia: <http://sidomi.com/347454/instagram-rilis-rapture-kebijakan-hapus-akun-palsu-spam/> [20 Januari 2017]
- Balebandung.com. (2015). *Pengguna Media Sosial di Jawa Barat*. Balebandung [online], Tersedia: <http://www.balebandung.com/pengguna-media-sosial-di-jawa-barat> [21 September 2016]
- Balea, Judith. (2015). *The Latest Stats In Web And Mobile In Indonesia*. Technasia [online], Tersedia: <https://www.technasia.com/indonesia-web-mobile-statistics-we-are-social> [20 September 2016]

- Benna, Steven. (2015). *The Best times to post Facebook, Instagram and Twitter*. Businessinsider [online], Tersedia: <http://www.businessinsider.co.id/best-times-to-post-on-facebook-instagram-twitter-2015> [2 Oktober 2016]
- BOC Indonesia. (2007). *Pengertian Website, Web Hosting Dan Domain Name*. BOC [online], Tersedia: <http://www.boc.web.id/pengertian-website-webhosting-domainname/> [22 November 2016]
- Boyd, Danah & Ellison, Nicole. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer Mediated Communication 13 (2007) 210–230. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full>
- BPS, (2014). *Statistik Perusahaan Informasi dan Komunikasi*. Jakarta : BPS
- BPS. (2015). *Kota Bandung Dalam Angka (Bandung City in Figure) 2015*. Bandung: Badan Pusat Statistik.
- Chaffey, Dave. (2011). *E-Business & E-Commerce Management, Strategi, Implementation, and Practice (5th ed)*. Edinburg Gate, Harlow, Essex CM20 2JE, England: Pearson.
- Damar, Agustinus Mario. (2016). *Instagram Tambah Fitur Keamanan Lewat Nomor Ponsel*. Liputan6 [online], Tersedia: <http://tekno.liputan6.com/read/2439266/instagram-tambah-fitur-keamanan-lewat-nomor-ponsel>. [17 Januari 2017]
- Faiz, Usman. (2016). *Fake Follower Instagram*. Revoluside [online], Tersedia: <http://revoluside.com/fake-follower-instagram/> [14 Januari 2017]
- F.A., Anisa Sonia. (2015). *Penggunaan New Media Dalam Penjualan Obat Herbal (Studi Kasus Penjualan Obat Jerawat Dan Pelangsing Herbal Pada Akun Instagram @Schonlabs)*. Skripsi Sarjana Telkom University: Diterbitkan.
- Hawkins dan Mothersbaugh. (2013). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill/Irwin
- Ibtisam, Fatimah. (2016). *5 Jenis Spam Instagram yang Paling Nyebelin Sedunia (Digital)*. Youthmanual [online], Tersedia: <http://www.youthmanual.com/post/fun/laugh-out-loud/5-jenis-spam-instagram-yang-paling-nyebelin-sedunia-digital> [14 Januari 2017]
- Infopeluangusaha.org. (2015). *Peluang Usaha Menguntungkan di Kota Bandung*. Infopeluangusaha [online], Tersedia: <https://infopeluangusaha.org/peluang-usaha-menguntungkan-di-kota-bandung/> [5 Agustus 2016]
- Instagram.com. (2016). *The Team*. Instagram [online], Tersedia: <http://www.instagram.com> [19 April 2016]

- Instagram-brand.com. (2016). *Brand Assets Instagram Logos*. Instagram-brand [online], Tersedia: <http://www.instagram-brand.com> [15 Juni 2016]
- Internetlivestats.com. (2015). *Indonesia Internet Users*. Internetlivestats [online], Tersedia: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/indonesia/> [2 Oktober 2016]
- Jibi (2016). *Pengguna Instagram Wanita Lebih Banyak Daripada Pria*. Solopos [online], Tersedia: <http://m.solopos.com/2016/01/16/media-sosial-terpopuler-pengguna-instagram-wanita-lebih-banyak-daripada-pria-681076> [21 Mei 2016]
- Kaplan, Andreas M, and Haenlein, Michael. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons 53 (1): 59–68. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/B6W45-4XFF2S0-1/2/600db1bd6e0c9903c744aaf34b0b12e1>
- Kartikasari, Ayu. (2014). *Analisis AISAS (Attention, Interest, Search, Action, dan Share) pada Konsumen Perkedel Bondon di Bandun*. Retrieved from <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/65288/analisis-aisas-attention-interest-search-action-share-pada-konsumen-perkedel-bondon-di-bandung.html>
- Kbbi.web.id. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) versi online*. Kbbi [online], Tersedia: <http://kbbi.web.id/internet> [19 Mei 2016]
- Kim, Hyejeong & Niehm, Linda S.. (2009). *The Impact of Website Quality on Information Quality, Value, and Loyalty Intentions in Apparel Retailing*. Journal of Interactive Marketing 23 (2009) 221 – 233. Retrieved from www.sciencedirect.com/science/journal/10949968/23/3
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. (2012). *Principles Of Marketing*. United States: Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. (2012). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- Maxmanroe. (2016). *Banyak Follower Fake, Instagram Hapus Jutaan Akun Palsu*. Maxmanroe [online], Tersedia: <https://www.maxmanroe.com/banyak-follower-fake-instagram-hapus-jutaan-akun-palsu.html> [14 Januari 2017]
- Neti, Sisira. (2011). *Social Media and Its Role in Marketing*. International Journal of Enterprise Computing and Business System Vol. 1 Issue 2. Retrieved from <http://www.ijecbs.com/July2011/13.pdf>
- Noviadhista, Ulwan Fakhri. (2016). *Sudah 2016, BBM masih jadi aplikasi chatting favorit orang Indonesia*. Technoid [online], Tersedia:

<http://www.techno.id/tech-news/sudah-2016-bbm-masih-jadi-aplikasi-messenger-favorit-orang-indonesia-160201v.html> [22 November 2016]

Nufus, Gita Srihayatun. (2013). *Pengaruh Jejaring Sosial Twitter Terhadap Perubahan Perilaku Transaksi Remaja Kota Bandung*. Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Telkom: Diterbitkan.

PDDIKTI. (2016). *Jumlah Mahasiswa Aktif*. PDDIKTI [online], Tersedia: <http://forlap.ristekdikti.go.id/mahasiswa> [2 Oktober 2016]

Pratama, Alby Karunia. (2013). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Motogp (Survei Terhadap Anggota Fanpage Facebook Motogp Mania Indonesia)*. Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Telkom: Diterbitkan.

Pratomo, Ilham Aji dan Hardianto, Dadan. (2008). *Faktor-Faktor Sistem Interaksi Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Online*. Jurnal Sistem Informasi Universitas Indonesia Vol. 4 No.1 (2008). Retrieved from <http://jsi.cs.ui.ac.id/index.php/jsi/article/view/242>

Rocketmanajemen.com. (2016). *Instagram vs Facebook Untuk Jualan Bagus Mana?*. Rocketmanajemen [online], Tersedia: <http://rocketmanajemen.com/jualan-lewat-facebook-atau-instagram-bagus-mana/> [22 November 2016]

Sabirin. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mendorong Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Promosi Online Pada Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Bandung)*. Skripsi Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Telkom: Diterbitkan.

Salamoon, Daniel Kurniawan. (2013). *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya Di Dunia Maya*. Paper Universitas Kristen Petra Surabaya. Retrieved from http://repository.petra.ac.id/16642/1/Publikasi1_10021_1481.pdf

Sarwar, Abdullah., Haque, Ahassanul., & Yasmin, Farzana. (2013). *The Usage of Social Network as a Marketing Tool: Malaysian Muslim Consumers Perspective*. International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences Vol. 2, No. 1. Retrieved from <http://www.hrmar.com/admin/pics/1491.pdf>

Sekaran and Bougie. (2009). *Research Method For Business A Skill Building Approach*. India: Thomson Digital.

Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods for Business, (4th Edition)*. Jakarta: Salemba Empat.

Sekaran, Uma & Bougie, Roger. (2010). *Research Methods for Business A Skill Building Approach*. United Kingdom: Wiley

- Sibero, A.F.K. (2011). *Kitab Suci Web Programming*. Yogyakarta: Mediakom
- Simatupang, Fritta Faulina. (2015). *Fenomena Selfie (Self Portrait) Di Instagram*. Jurnal Online Mahasiswa FISIP UNRI Vol. 02 No. 1 (2015). Retrieved from <http://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/viewFile/3618/3511>
- Siregar, Baldric. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Sora. (2014). *Mengetahui Pengertian Website Dan Jenisnya*. Pengertianku [online], Tersedia: <http://www.pengertianku.net/2014/09/mengetahui-pengertian-website-dan-jenisnya.html> [2 Oktober 2016]
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif ,Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Supradono dan Hanum. (2011). *Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Dengan Pelanggan Pada Layanan E-Commerce*. Retrieved from <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/65219/pengaruh-penggunaan-media-sosial-sebagai-alat-pemasaran-studi-kasus-persepsi-pengguna-facebook-dan-twitter-tentang-produk-samsung-di-kota-jakarta-dan-bandung-.html>
- Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Utami, Agustina Dyah dan Purnama, Bambang Eka. (2012). *Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus Di Batik Solo 85)*. Seruni FTI UNSA 2012 Volume 1. Retrieved from <https://www.scribd.com/doc/138537411/C01-Agustin-Dyah-Utami-Pemanfaatan-Jejaring-Sosial-Facebook-Sebagai-Media-Bisnis-Online>
- Vinerean, Simona, et al. (2013). *The Effects of Sosial Media Marketing on Online Consumer Behavior*. International Journal of Business and Management; Vol. 8, No. 14; 2013. Retrieved from www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/download/25378/16991
- Wijaya, Bambang Sukma dan Putri, Dianingtyas M.. (2013). *Is Social Media Impactful for University's Brand Image?*. Jurnal Manajemen Teknologi Vol.

12 No. 3 (2013). Retrieved from
<http://journal.sbm.itb.ac.id/index.php/mantek/article/view/701>

Wijaya, Ketut Krisna. (2015). *3 fakta menarik mengenai tingkah laku pengguna Instagram di Indonesia*. Techinasia [online], Tersedia:
<https://id.techinasia.com/hasil-survei-jakpat-tingkah-laku-pengguna-instagram> [20 September 2016]

Yannopoulos, Peter. (2011). *Impact of The Internet on Marketing Strategy Formulation*. International Journal of Business and Social Science Vol. 2 No. 18; 2011. Retrieved from
<http://search.proquest.com/openview/c015e3b02723f7c5232bf6c0e39d8304/1?pq-origsite=gscholar>

Zarella. (2010). *The Social Media Marketing*. Canada: O'Reilly Media.