

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Buchari Alma, 2002, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alvabeta: Bandung.
- De Vito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang: Karisma Publishing Group.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2008. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori & Filsafat komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu komunikasi: Teori & Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdayakarya.
- Estawarsa, Helpris. 2008. *Think IMC Efektifitas Komunikasi untuk meningkatkan Loyalitas Merek dan Laba Perusahaan*, Jakarta: Gramedia.
- Ghony, M Djuanidi dan Fauzan Almansur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jojakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ikbar, Yanuar. 2012. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. Bandung: Refika Aditama.
- Kotler, Keller 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Kotler, Philip; Amstrong, Garry, 2008: *Prinsip-prinsip pemasaran*, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller (2009). *Manajemen pemasaran (edisi 12)*. Jakarta: PT Indeks.
- McQuail, Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory (sixth edition)*. Jakarta: Erlangga
- Moekijat. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Penerbit Mandar Maju.
- Moeleong, Lexy J.2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Patton, M.Q. 1990. *Qualitative Evaluation and Research Methods*. NewBury Park: Sage Publication.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Sklenka, Stephen.2007. *Strategy, National Interest, and Means to an End*. Jurnal Army Strategy, 3- 4
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-20. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. (Edisi 2). Yogyakarta: Andi Offset.

## **SKRIPSI**

Kurniawan, Ade Putra. 2013. *Strategi Komunikasi Pemasaran Bliss Pool and Lounge Billiard Untuk Menarik Minat Pengunjung dan Mempertahankan Loyalitas Para Pelanggan (Bliss Pool and Lounge Jln.Demangan Baru No. 14 A Yogyakarta)*. Retrieved from [upnyk.ac.id](http://upnyk.ac.id)

Septiana Maulina Rahayu. 2014. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Bisnis Kuliner Berbasis Mix Media (Studi Deskriptif Kualitatif Foodfezt Yogyakarta)*. Retrived from <http://digilib.uin-suka.ac.id/>

Wulansari, Hasta Nirmaya. 2012. *Strategi Pemasaran Word of Mouth Pada Kelompok Pemasar Ayam Cemani Super di Kabupaten Temanggung dalam Menjaring Konsumen*. Retrieved from [upnyk.ac.id](http://upnyk.ac.id)

## **JURNAL NASIONAL**

Eva Melita Fitria. 2015. *Dampak Online Shop Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda*. Retrieved from <http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/>

Made Pradnya Pratiwi, I Wayan Sumendra, Ni Nyoman Yulianthini. 2015. *Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Retrieved from <http://ejournal.undiksha.ac.id/>

Novi Eka Setya. 2013. *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas (Studi Deskriptif Kualitatif Pengguna Media Sosial Twitter, Facebook, dan Blog sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Akademi Berbagi Surakarta)*. Retreived From [www.academia.edu](http://www.academia.edu)

Putranti, Honorata Ratnawati Dwi dan Denny Perdana. 2015. *Electronic Word of Mouth (e-WOM), kepuasan konsumen dan pengaruh langsung dan tak langsung terhadap minat beli konsumen (Studi pada mahasiswa FEB UNTAG di Semarang)*. Retrieved from [portalgaruda.org](http://portalgaruda.org)

Resky, Gevi Tonida. 2014. *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tas di Instagram RGHASHION STORE*. Retrieved from [Jimfeb.ub.ac.id](http://Jimfeb.ub.ac.id)

## **JURNAL INTERNASIONAL**

Dury, Glen, (2008). Opinion Piece: Social Media: *Should Marketers Enagage and How Can It be Done Effectively?.* Retrieved from [Springer.com](http://Springer.com)

Fischer, E.D. 2011. *Social Interaction Via New Social Media: (How) Can Interactions On Twitter Affect Effectual Thinking and Behaviour.* Retrieved from

Jansen.B.J. 2009. *Twitter Power: Tweets as Electronic Word of Mouth.* Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com>

Mohammed Reza Jalilvand, Neda Samiei. 2012. *The effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention an Empirical Study in The Automobile Industry in Iran.* Retrieved from *Journal of Marketing Practice. Marketing Inteligience and Planning, Vol 30/NO.4, 460-476).*

Robert V. Kozinets, Kristine de Valck, Andrea C.Wojnicki, Sarah J.S Wilner. 2010. *Networked Narratives: Understanding Word of Mouth Marketing in Online Communities.* Retrieved from [Journal.ama.org](http://Journal.ama.org)

## **INTERNET**

<http://www.kompasiana.com/annisamega/perkembangan-trend-fashion-di-indonesia> diakses pada 13 Juni 2017 pukul 02.15 WIB

<http://Republika.co.id>, diakses pada 3 Mei 2017 pukul 02.30 WIB

[www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id), Diakses pada 20 Maret 2017, pukul 01.00 WIB

[www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id), diakses pada tanggal 21 Maret 2017, Pukul 21.14 WIB

<http://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89>, diakses pada 27 Januari 2017 pukul 00.30 WIB

<http://blj.co.id/2012/03/12/tantangan-marketing/>, diakses pada tanggal 09 Februari 2017 Pukul 03.44 WIB

<https://beritagar.id/artikel/sains-teknologi/instagram-beberkan-fakta-fakta-pengguna-di-indonesia> diakses pada tanggal 19 Februari 2017 pukul 16.00 WIB

<http://startupbisnis.com/belajar-bisnis-online-mari-mengenal-lebih-dalam-cara-memanfaatkan-penggunaan-instagram-bagi-brand-anda/> diakses pada tanggal 19 Februari pukul 16.31 WIB

