

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahmadi dan Hermawan. 2013. E-Business & E-Commerce. Yogyakarta: Andi.
- Allan, 2005. understanding how technology paradoxes affect in internet service quality. internet research electronic networking application and policy.
- Budiargo, Dian. 2015. Berkomunikasi ala Net Generation. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Darmawan, Deni. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Laksana. 2008. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Fandy Tjiptono 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Fandy Tjiptono et all. 2000. Pemasaran strategi. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Gerbarg, Darcy. 2009. Television Goes Digital : The Economics of Information, Communication, and Entertainment. New York: Springer Science.
- Hermawan, Agus.2012.Komunikasi Pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Kotler dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta : PT.Indeks
- Kotler, Philip. 2004. Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi dan Kotron, Edisi 11. Jakarta: PT Prenhallindo
- Kotler,Philip,and Gary Amstrong.2008. Priciple of marketing(terjemahan).edisi 12. Jakarta.: PT.indeks
- Kotler,Philip.2002. Manajemen Pemasara, Jilid 1, Edisi Milenium.Jakarta: PT Prehallindo
- Krisyantono, Rachmat. 2009. Teknik Praktis Riset Komununikas. Malang: Prenada Media Group
- Morissan. 2010 Periklanan komunikasi pemasaran terpadu. Jakarta: Prenadamedia Group
- Mowen Jhon C dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis rekatan media
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prisgunanto, Ilham. 2006. Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Purba, Amir, dkk. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Medan: Pustaka Bangsa Press
- Purwasito, Andrik. 2003. Komunikasi Multikultural. Cetakan Ke-1. Surakarta: Muhammadiyah University Press.

- Riduwan & Kuncoro.2007. Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis). Bandung: CV ALFABETA
- Shimp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi: Aspek Tambahan, Komunikasi Pemasaran Terpadu, edisi kelima, jilid II. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kombinasi. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: CV ALFABETA
- Suharno. 2010. Marketing in Practice. edisi pertama. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu,
- Vivian, John. 2008. Teori Komunikasi Masaa Edisi ke-8. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup

Skripsi

- Alfatoni, Muhammad Adam.2015. Pengaruh Promosi Official Account Alfamart Terhadap Sikap Pengguna LINE Aktif (Studi Eksplanatif Kuantitatif Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta).Universitas Surakarta
- Cynthia Andrews, Elodie Fichet, Yuwei Ding , Emma S. Spiro, Kate Starbird. 2016. Keeping Up with the Tweet-dashians: The Impact of „Official“ Accounts on Online Rumoring. University of Washington
- F. Anastasia, Faraoktrina. 2014, Line sebagai Media Penyampaian Pesan(Studi Deskriptif Mengenai Efektivitas Jejaring Sosial Line sebagai Media Penyampaian Pesan Kampanye WWF “Tiggy Tiger” Berdasarkan Perhitungan Customer Response Index pada Pengguna Line
- Firdayasari, Oktavia Eka. 2014. OFFICIAL ACCOUNT SEBAGAI IKLAN DI SNS Motivasi Pemilihan Official Account Di LINE. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Imana, WIdya Putri. 2015. Promosi Penjualan (Kupon) terhadap Impulse Buying Produk KFC melalui Line.Universitas Telkom

Jurnal Internasional

- Karoline dos Santos Lino. 2013. The Promotion of Flyers and the Consumer Purchase Decision: a Quantitative-Descriptive Research

Jurnal Nasional

- Khatib, Dr. Fahed. 2016. The Impact of Social Media Characteristics on Purchase Decision Empirical Study of Saudi Customers in Aseer Region
- Matthew K.O. Lee, Na Shi, Christy M.K. Cheung , Kai H. Lim, Choon Ling Sia.2011. Consumer’s decision to shop online: The moderating role of positive informational social influence media

Mirza N, Garibaldi M. 2016. Pengaruh Akun Instant Messaging Line@ Alfamart Terhadap Minat Beli Konsumen Alfamart Indonesia. Universitas Telkom.

Internet

<http://Starbuck.co.id> Diakses pada tanggal 1 September 2017, 20.22 WIB

<http://www.mastel.id/release-hasil-survey-mastel-apjii-2016/> Diakses pada tanggal 2 September 2017, 11.45 WIB

<http://help.line.me/line/?lang=id> Diakses pada tanggal 21 September 2017, 20.47 WIB