

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, Buchari. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Diamond, Stephanie. (2013). *The Visual Marketing Revolution*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta
- Durianto, Darmadi., Sugiarto, & Sitinjak, Tony. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ghony, M. Djunaidi., & Almanshur Fauzan. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Hurriyati, Ratih. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Melenium*. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Terjemahan Jaka Wasana Jilid 2 Edisi ke 6. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group
- Lister, Martin. (2003). *“New Media and New Technologies” New Media: A Critical Introduction*. London:Routledge
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nazir, Mohammad. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran* (cet. ke-3). Yogyakarta: Andi

Skripsi

- Ananda, Deviana. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Aplikasi Mobile dalam Meningkatkan Brand Awareness Indihome PT Telkom Indonesia*. Skripsi Sarjana pada IKOM Tel-U Bandung: <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/127880/slug/strategi-komunikasi-pemasaran-melalui-media-aplikasi-my-indihome-dalam-meningkatkan-brand-awareness-indihome-pt-telkom-indonesia-studi-deskriptif-pt-telkom-regional-iv-jateng-diy-.html>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2017
- Ramadhan, Adhichahya. (2017). *Analisis Strategi Promosi Melalui Jejaring Sosial LineAt pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Paroparoshop*. Skripsi Sarjana pada IKOM Tel-U Bandung: <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/136118/slug/analisis-strategi-promosi-melalui-jejaring-sosial-lineat-pada-umkm-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-paroparoshop.html>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2017
- Rizki, Frida Nur. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial pada Akun @Matoa_Id dalam Meningkatkan Brand Awareness*. Skripsi Sarjana pada IKOM Tel-U Bandung: http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/136825/slug/strategi-komunikasi-pemasaran-media-sosial-pada-akun-instagram-matoa_id-dalam-meningkatkan-brand-awareness.html, diakses pada tanggal 13 Oktober 2017
- Sanah, Selvia Yunas. (2016). *Strategi Public Relations Melalui Instagram dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Merek Lokal*. Skripsi Sarjana pada IKOM Tel-U Bandung: <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/115092/slug/strategi-public-relations-melalui-instagram-dalam-mempertahankan-loyalitas-pelanggan-pada-usaha-mikro-kecil-menengah-merek-lokal.html>, diakses pada tanggal 05 Januari 2018
- T., Mikharisti Margareth. (2016). *Strategi Promosi Coffee Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Crematology)*. Skripsi Sarjana pada IKOM Tel-U Bandung: <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/116537/slug/strategi>

[-promosi-coffee-shop-melalui-media-sosial-instagram-studi-deskriptif-pada-akun-crematology-.html](#), diakses pada tanggal 13 Oktober 2017

Jurnal Nasional

- Astuti, Anindita Budi. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Media Sosial pada Online Shop*, 3 (1), 1-10. Diakses pada 21 Oktober 2017, dari <http://ojs.polimedia.ac.id/index.php/kreator/article/viewFile/21/20>
- Erlangga, Christopher Yudha. (2017). *Promosi Penjualan Melalui Jejaring Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Promosi Penjualan Melalui Jejaring Sosial Instagram Pada "PT JHD Randol")*, 8 (1), 64-70. Diakses pada 21 Oktober 2017, dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom/article/view/2325>
- Fauzi, Viny Putri. (2016). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique dalam Membangun Brand Awareness di Kota Pekanbaru*, 3 (1), 1-15. Diakses pada 21 Oktober 2017, dari <https://media.neliti.com/media/publications/33150-ID-pemanfaatan-instagram-sebagai-social-media-marketing-er-corner-boutique-dalam-me.pdf>
- Herawati, Tuty., Rudatin, ChristinaL., & Akbar, Djuni. (2014). *Potensi Kota Bandung Sebagai Destinasi Incentive Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif*, 11 (2), 95-102. Diakses pada 21 Oktober 2017, dari <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=282285&val=4032&title=POTENSI%20%20KOTA%20BANDUNG%20SEBAGAI%20DESTINASI%20INCENTIVE%20%20MELALUI%20PENGEMBANGAN%20EKONOMI%20KREATIF>
- Siswanto, Tito. (2013). *Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah*, 2 (1), 80-86. Diakses pada 21 Oktober 2017, dari <http://www.liquidity.stiead.ac.id/wp-content/uploads/2013/04/10.-Tito-Siswanto.pdf>

Jurnal Internasional

- Adefulu, Adesoga Dada.(2015). *Promotional Strategy Impacts on Organizational Market Share and Profitability*, 11 (6), 20-33. Diakses pada 21 Oktober 2017, dari <http://journals.univ-danubius.ro/index.php/oconomica/article/download/3032/2977>

- Ainin, Sulaiman., Parveen, Farzana., Moghavvemi, Sedigheh., & Jaafar, Noor Ismawati. (2015). *Factors Influencing The Use of Social Media by SMEs and Its Performance Outcomes*, 115 (3), 570-588. Diakses pada 20 Oktober 2017, dari https://www.researchgate.net/profile/Sedigheh_Moghavvemi/publication/274169330_Factors_Influencing_the_Use_of_Social_Media_By_SMEs_and_Its_Performance_Outcomes/links/55d1cbbb08ae2496ee658277.pdf
- Arora, Shruti., & Sharma, Anukrati.(2013). *Social Media: A Successful Tool of Brand Awareness*, 2 (3), 1-14. Diakses pada 20 Oktober 2017, dari <http://www.iaset.us/downloadnew.php?file=--1369465034-1.%20Business%20-%20IJBGM%20-%20Social%20Media%20-%20Shruti%20Arora%20%283%29.pdf>
- Bija, Monica., & Balas, Raluca. (2014). *Social Media Marketing to Increase Brand Awareness*, 20 (2), 155-164. Diakses pada 20 Oktober 2017, dari http://www.uav.ro/jour/index.php/jebr/article/viewFile/381/pdf_146

Dokumen Pemerintah

- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2013). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2012-2013*. Diakses pada 25 September 2017, dari <http://www.depkop.go.id/>
- Presiden Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Diakses pada 25 September 2017, dari <http://www.hukumonline.com/pusatdata/download/fl56047/node/28029>

Artikel Surat Kabar Online

- Hebat, Pertumbuhan Industri *Fashion* di Indonesia Paling Pesat. (2014, Juni 24). <https://lifestyle.okezone.com/read/2014/06/24/29/1003559/hebat-pertumbuhan-industri-fashion-di-indonesia-paling-pesat>, diakses pada tanggal 30 September 2017, Pukul 14.00 WIB, A1.
- Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara. (2015, November 22). <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jadi+P>

[emain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita_satker](#), diakses pada tanggal 2 Desember 2017, Pukul: 18:46 WIB, A1.

Kelebihan dan Kekurangan Instagram sebagai Media *Online Shop*. (2015, Oktober 06). <http://kingpromosi.com/all-tips/kelebihan-dan-kekurangan-instagram-sebagai-media-online-shop/>, diakses pada tanggal 07 Januari 2018 pukul 07.42 WIB, A1.

Media Sosial Mana yang Paling Efektif untuk *Mobile Marketing*. (2014, Maret 03). <http://www.marketing.co.id/media-sosial-mana-yang-paling-efektif-untuk-mobile-marketing/>, diakses pada tanggal 19 Desember 2017, Pukul 17.23 WIB, A1.

Tren *Fashion 2017 - 6 Outer Motif Lace Floral* Bakal Populer Tahun Ini, Tambah Anggun dan Elegan!. (2017, Januari 17). <http://style.tribunnews.com/2017/01/17/tren-fashion-2017-6-outer-motif-lace-floral-bakal-populer-tahun-ini-tambah-anggun-dan-elegan>, diakses pada tanggal 7 Oktober 2017, Pukul 09.12 WIB, A1.