

DAFTAR PUSTAKA

Literatur Buku

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ahmadi, R. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Alifahmi, H. (2005). *Sinergi Komunikasi Pemasaran*. Jakarta Selatan: Quantum Bisnis & Manajemen (PT Mizan Pustaka).
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Creswell, J. W. (2013). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono. (2012). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- McQuail, D. (1987). *Teori Komunikasi Massa Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2013). *Cyber Media*. Yogyakarta: IDEA Press Yogyakarta.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid I Edisi kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Ujang, S., & dkk. (2010). *Pemasaran Strategik*. Bogor: IPB Press.

Literatur Online

www.instagram.com/martabakmertua/

jabarprov.go.id/index.php/news/22387/2017/04/08/Bandung-Miliki-300-Ribu-UMKM (diakses 10 Mei 2018 pukul 19.40 WIB)

<https://www.merdeka.com/peristiwa/mari-wisata-kuliner-di-kota-kembang.html>
(diakses 10 Mei 2018 pukul 15.30 WIB)

www.wearesocial.com (diakses pada tanggal 4 April 2018, pukul 20.30 WIB)

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilah-perkembangan-digital-indonesia-tahun-2018> (diakses pada tanggal 4 April 2018, Pukul 20.55 WIB)

<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> (diakses pada tanggal 4 April 2018, pukul 20.55 WIB)

<http://www.strategipemasaranonline.com/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2018/> (diakses pada 5 April 2018 pukul 13.00 WIB)

<http://wartakota.tribunnews.com/2017/07/26/warga-pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-capai-45-juta-terbesar-di-asia-pasifik> (diakses pada 19 September 23.50 WIB)

<http://www.komunikasipraktis.com/2015/10/strategi-komunikasi-pengertian-dan.html>
(diakses pada 26 Januari 2018 pukul 15.00 WIB)

<http://disini.solusiukm.com/prospek-bisnis-kuliner-di-indonesia/> (diakses pada 9 Maret 2018 pukul 11.00 WIB)

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150210162426-269-31086/survei-bandung-kota-terfavorit-wisatawan-se-asean> (diakses pada 9 Maret 2018 pukul 11.30 WIB)

www.pakarkomunikasi.com/internet-sebagai-media-komunikasi/amp (diakses pada 6 Februari 2018 pukul 16.50)

<http://www.linkpengetahuan.com/2017/05/penemu-instagram-dan-sejarah-singkatnya.html> (diakses pada 11 Februari 2018 pukul 16.20 WIB)

Literatur Skripsi dan Jurnal

Agarwal, S., Kumar, A dan Pragya. 2016. *Social Media: Changing the Way Businesses Interact and Engage Customer*. Sumber: [researchgate.net](https://www.researchgate.net)

Anshari, Rindy. 2013. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Online Dan Tingkat Kepuasan Membeli (Studi Korelasional tentang Strategi Penjualan Produk Fashion melalui “Instagram” terhadap Kepuasan Membeli Mahasiswa FISIP USU)*. Sumber: jurnal.usu.ac.id

Arief, Hadi dan Teddy. 2012. *Strategi Komunikasi Pemasaran Transtudio Bandung dalam Menumbuhkan Minat Konsumen untuk Berkunjung*. Sumber: jurnal.unpad.ac.id

Huey, L. S dan Yazdanifard, R. 2014. *How Instagram Can Beused as a Tool in Social Network Marketing*. Sumber : [researchgate.net](https://www.researchgate.net)

Isnaini Santi, Septiani Dina, Wibawa IGAK Satrya, 2014. *Jejaring Sosial: Komunikasi Pemasaran Potensial Bagi Konsumen Remaja Indonesia*. Sumber: satryawibawa.com

Kusuma, Diana Fitri. 2017. *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @DinoDonuts)*. Sumber: openlibrary.telkomuniversity.ac.id

Mulhern, Frank, 2009. *Integrated Marketing Communications: From Media Channels To Digital Connectivity*. Sumber: www.tandfonline.com

Naumovska, Ljupka. 2017. *Marketing Communication Strategies for Generation Y – Millennials*. Sumber: [researchgate.net](https://www.researchgate.net)

Nurmalitasari, Novina Dwi. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Mcduren Streetfood*. Sumber: openlibrary.telkomuniversity.ac.id

Rahmawati, Dewi. 2016. *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pememasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @freezybrowniezz)*. Sumber: digilib.uin-suka.ac.id

Sarastuti, Dian. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova*. Sumber: publikasi.mercubuana.ac.id

Utami, Mayrisa Anggun. 2016. *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran SMB Telkom University Tahun 2015/2016 Melalui Media Sosial Instagram*. Sumber: openlibrary.telkomuniversity.ac.id