

DAFTAR PUSTAKA

Literatur Buku

- Abidin, Yusuf Zainal. 2015. Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi. Bandung: Pustaka Setia
- Almanshur Fauzan , Ghony Djunaidi (2012). Metodologi Penelitian kualitatif, JogJakarta: Ar-Ruzz Media
- Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael 2010. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". Business Horizons.
- Ankerson, Megan Sapnar. 2015. Social Media and the "Read-Only" Web: Reconfiguring Social Logics and Historical Boundaries. Dalam Social Media + Society. Hlm.1-12.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi dan Abdul Jabar, Cipi Safrudin (2008). Evaluasi Program Pendidikan. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro, Q-Anees, 2007. Filsafat Ilmu Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekama Media
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, Burhan.2007.Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya.Jakarta:Putra Grafika
- Bungin, Burhan. 2015, Metodologi Penelitian Kualitatif: Depok, Rajagrafindo Pustaka.
- Chia, Aleena. 2012. Welcome to Me-Mart: The Politics of User Generated Content in Personal Blogs. Dalam American Behavioral Scientist. Vol.(56). No.4. Hlm. 421-438.
- Chaffey, D && Smith, PR. (2008).E-marketing : Excellence, UK: Butterworth-Heinemann.

- Cleary, Johanna & Terry Bloom. 2011. Gatekeeping at the Portal: An Analysis of Local Television Websites' User-Generate Content. Artikel dalam Electronic News. Vol. (5) No.2. Hlm.93-111.
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Journal of Interactive Marketing*, (Vol.15 No. 4, pp. 18-33).
- Creswell, Jhon W. 2009. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Third Edition. California: Sage Publications
- Diamond, Stephanie. 2013. *The Visual Marketing Revolution*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.
- Detlor, B., Sproule, S., & Gupta, C. 2003. Pre-purchase online information seeking: Search versus browsing. *Journal of Electronic Commerce Research*, 4(2), 72-84.
- Devito, Joseph A. 2011. "Komunikasi Antar Manusia". Tangerang: Kharisma. Esterberg, Kristin G, 2002 ; *Qualitative Methods In Social Research*, Mc GrawHill, New York.
- Flew, T. 2008. *New Media : an introduction*. New York: Oxford University Press. Ghony, M.D. dan Almanshur, F. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Gunawan, Imam. 2013. *METODE PENELITIAN KUALITATIF.: Teori dan Praktik* Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Haak, Bregtje Van Der, Michael Sparks dan Manuel Castells. 2012. The Future of Journalism: Networked Journalism dalam *International Journal of Communication*.
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. 2010. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11th edition. McGraw-Hill, Irwin
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Heidrick and Struggles. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.
- Jagdish, N. S., & Sharma, A. (2005). International e-marketing: Opportunities and issues. *International Marketing Review*, 22 (6), 611-622. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/224342698?accountid=315>.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.\
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 2)*. Erlangga : Jakarta

- Kriyantono, Rachmat. 2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Malang: Prenada Media Group.
- Lasmadiarta, Made. (2010). Facebook Marketing Revolution. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Mangold, WG. and Faulds, DJ. (2009). Social Media: The New Hybrid Element of The Promotion Mix.
- McQuail, Dennis. 2010. Mcquail Mass Communication Theory. London: Sage Publication
- Moleong, Lexy J. 2004. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.
- Morissan, AM. 2010. Periklanan komunikasi pemasaran terpadu, Jakarta : Penerbit Kencana
- Mulyana, Deddy. 2003. Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Neuman, W.Lawrence. 2013. Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Eds.7. Penerjemah: Edina T. Sofia. Jakarta: PT.Indeks.
- Patton, Michael Quinn. 2002. Qualitative Research and Evaluation Method. USA. Sage Publication Inc.
- Ratriyani, K. (2014). Menggali lebih dalam seputar web 2.0. Diakses pada 23Agustus 2018 dari <http://komunikasi.us/index.php/course/perkembangan-teknologi-komunikasi/676-menggali-lebih-dalam-tentang-web-2-0>
- Sanjaya, Ridwan. Josua Tarigan. Creative Digital Marketing Teknologi berbiaya Murah, Inovatif dan Berdaya hasil gemilang. Jakarta: P.T Alex Media Komputindo, 2009.
- Salbino, Sherief. 2014. Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula. Jakarta: Kunci Komunikasi.
- Sundar, S.S., & Limperos, A. (2013).Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media.Journal of Broadcasting and Electronic Media. 505
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatifdan R&D, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:PT Alfabet.

- Strauss, Corbin. Juliet. 2003. Dasar Dasar Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wertime, Kent & Ian Fenwick. 2008. Digimarketing The Essential Guide to New Media & Digital Marketing. Singapore: John wiley & Sons (Asia) Pte.Ltd.
- Tsimonis, G., & Dimitriadis, S. (2014). Brand strategies in social media. *MarketingIntelligence & Planning*, 32 (3), 328-344.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta. ANDI.
- Wertime, Kent & Ian Fenwick. 2008. Digimarketing The Essential Guide to New Media & Digital Marketing. Singapore: John wiley & Sons (Asia) Pte.Ltd
- Wyrwoll, Claudia. (2014). Social Media: Fundamentals, Models, and Ranking of user-generated content. Germany: Springer Vieweg.

Literatur Online

- Aurelia, Joan. 2017. Berlibur Hemat dan Artsy di Hotel Butik. Dikutip dalam <https://tirto.id/berlibur-hemat-dan-artsy-di-hotel-butik-cCvi> di akses pada 2 Agustus 2018 pukul 04.48 WIB.
- Admin. 2018. AKTIFITAS KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL, <https://media.neliti.com/media/publications/134558-ID-aktifitas-komunikasi-dan-media-sosialsur.pdf> diakses pada 20 Agustus 2018, pukul 05.31 WIB
- Anhar, Lucienne. 2001. The Definition of Boutique Hotel. Dikutip dari <https://www.hospitalitynet.org/news/4010409.html> di akses pada tanggal 23 Agustus 2018, pukul 02.30 WIB.
- Cleary & Bloom, 2011. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1931243111408389> diakses pada 14 Desember 2018, pukul 11.30 WIB
- Dwityas, Nindyta Aisyah. 2016. Komunikasi dan Pariwisata. Dikutip dari <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=514212&val=10520&title=Komunikasi%20dan%20Pariwisata:%20Peran%20User%20Generated%20Content%20bagi%20Traveler%20dalam%20Media%20Sosial> Diakses pada 3 Agustus 2018, pukul 17.34 WIB.
- Fuad, Adzharul. 2017. Rekomendasi Boutique Hotel DI Inodnesia. Dikutip dari <https://www.wego.co.id/berita/rekomendasi-hotel-butik-di-indonesia/> diakses pada 5 Agustus 2018, pukul 6.26 WIB.

- Fajrina, Hani.2018. Ada 22 Juta Pengguna Aktif Instagram dari Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/> diakses pada 14 Desember 2018, pukul 06.16 WIB
- Informasi Pariwisata. 2017. Dikutip dari <https://kanalwisata.com/pengertian-transportasi-dan-akomodasi-dalam-pariwisata> di akses pada 2 Agustus 2018 pukul 06.56 WIB.
Pengertian Boutique Hotel.Dikutip dari e-journal.uajy.ac.id/170/3/2TA13053.pdf diakses pada tanggal 12 Agustus 2018, pukul 12.09 WIB.
- Instagram Yats Colony. <https://www.instagram.com/yatscolony/> diakses pada 1 Agustus 2018, pukul 05.33 WIB.
- Kemp, Simon. 2018. Global Digital Suite. Dikutip dari <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> diakses pada 14 Desember 2018, pukul 06.06 WIB.
- Ridwan,Muhammad. 2016. Pengertian Hotel Menurut Para Ahli. Dikutip dari <https://www.scribd.com/document/327315880/Pengertian-Hotel-Menurut-Para-Ahli> diakses pada 12 Agustus 2018, pukul 13.04 WIB .
- Sukmana, Yoga. 2017. 3 Tahun Jokowi-JK, Pariwisata Sumbang Devisa Terbesar Kedua. Dikutip dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/17/220236426/3-tahun-jokowi-jk-pariwisata-sumbang-devisa-terbesar-kedua> di akses pada 1 Agustus 2018 pukul 02.52 WIB.
- Syafrida, Febrianti. 2017. *Instagramable: Concerning Expectation and Reality (Netizen Perception to Photo Object in Instagram.* https://www.researchgate.net/publication/325048962_Instagramable_Concerning_Expectation_and_Reality_Netizen_Perception_to_Photo_Object_in_Instagram. diakses pada tanggal 14 Desember 2018, pukul 06.09 WIB.
- The Impact of User – Generated Content (UGC) on Product Reviews towards Online Purchasing – A Conceptual Frameworkhttps://ac.els-cdn.com/S2212567116301344/1-s2.0-S2212567116301344-main.pdf?tid=0c0044fd-81ad-40f9-b2c983843dd8de40&acdnat=1535051782_f5597ae6acdfd9aa2a024ab9ac44cafb Diakses Pada tanggal 22 Agustus 2018, pukul 2.20 WIB

- Winastisti, Agnes.2016.Generasi Milenial dan Karakteristiknya. <https://student.cnnindonesia.com/edukasi/20160823145217-445-153268/generasi-millennial-dan-karakteristiknya/> Diakses pada tanggal 22 Agustus 2018, pukul 2.19 WIB.
- Yakti,Ariani.2017. Jumlah Akun Komunitas Bisnis Instagram di RI Tembus 25 Juta. Dikutip dari <https://bisnis.tempo.co/read/1039691/jumlah-akun-komunitas-bisnis-instagram-di-ri-tembus-25-juta> di akses pada 28 November 2018 pukul 01:32 WIB
- Yusuf, Fikri.2017.Masyarakat Kelas Menengah Gemar Menabung Untuk Liburan. Dikutip dari <https://kumparan.com/@kumparannews/masyarakat-kelas-menengah-atas-kini-gemar-menabung-untuk-berlibur> di akses pada 12 Agustus 2018 pukul 19.41 WIB.
- Setiawan. Wahyu. 2018. Masuk 10 Besar Tag di 2017, Instagram Kunjungi UKM di Yogyakarta. <http://jogja.tribunnews.com/2018/07/26/masuk-10-besar-tag-di-2017-instagram-kunjungi-ukm-di-yogyakarta/> diakses pada 14 Desember 2018, pukul 06.12 WIB.
- User Generated Content. <https://www.techopedia.com/definition/3138/user-generated-content-ugc> diakses pada tanggal 28 Agustus 2018, pukul 07.12 WIB.
- York Alex. 2017. User Generated Content Guide. Dikutip dari <https://sproutsocial.com/insights/user-generated-content-guide/diakses> pada 28 Agustus 2018, pukul 07.08 WIB.
- Rizki.Y. [5 Destinasi Terbaik di Indonesia 2017 Versi TripAdvisor](https://phinemo.com/5-destinasi-terbaik-di-indonesia-2017-versi-tripadvisor).2018. Dikutip dari <https://phinemo.com/5-destinasi-terbaik-di-indonesia-2017-versi-tripadvisor/>diakses pada tanggal 2 Agustus 2018, pukul 12.45 WIB.
- Winarso,Bambang. Pola Segmentasi Penggunaan Media Sosial di Indonesia. 2015. Dikutip dari <https://dailysocial.id/post/peta-segmentasi-penggunaan-media-sosial-di-indonesia/> diakses pada 14 Desember 2018, pukul 12.30 WIB.

Penelitian Terdahulu

- Aisyah,Nindyata. 2016. Komunikasi dan Pariwisata: Peran User Generated Content bagi Traveler dalam Media Sosial. Dikutip dari <https://jurnalsimbolika.files.wordpress.com/2016/12/nindyta-aisyah-dwityas.pdf> diakses pada 2 Agustus 2018, pukul 20.14 WIB.

- Fitri,Diana..2017. STRATEGI PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @DinoDonuts). Dikutip dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/139876/slug/strategi-pemanfaatan-instagram-sebagai-media-komunikasi-pemasaran-digital-studi-deskriptif-kualitatif-pada-akun-instagram-dinodonuts-.html> diakses pada 2 Agustus 2018, pukul 08.12 WIB
- Faruki,Ahmad. 2018. ANALISIS STRATEGI WORD OF MOUTH MARKETING ACCOUNT INSTAGRAM @EXPLORESAWAHLUNTO. Dikutip pada <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/123908/cover/analisis-strategi-word-of-mouth-marketing-akun-instagram-exploresawahlunto.pdf> diakses pada 23 Agustus 2018, pukul 08:11 WIB.
- Gunawan, Stephanie Lestari. 2017. Analisis Pengaruh E-WOM Terhadap Brand Preference Fujifilm X-Series di Kota Bandung. <http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/1248/Cover%20-%20Bab1%20-%201212083sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y> di akses pada 12 Agustus 2018 pukul 12.30 WIB.
- MacKinnon,A Katherine. 2012. User Generated Content vs. Advertising: Do Consumers Trust the Word of Others Over Advertisers?.<https://www.elon.edu/docs/eweb/academics/communications/research/vol3no1/02MacKinnonEJSpring12.pdf> di akses pada 21 Agustus 2018 pukul 02.23 WIB
- Milne,S.2010.Backpacker Use of User-Generated Content: A Consumer Empowerment Study . Dikutip dari https://www.researchgate.net/publication/221357440_Backpacker_Use_of_User-Generated_Content_A_Consumer_Empowerment_Study diakses pada tanggal 23 Agustus 2018, pukul 08.44 WIB
- Meyliana.2017. ANALISA STRATEGI E-MARKETING DAN IMPLEMENTASINYA PADA RENTAL COMPANY. Dikutip dari <http://journal.binus.ac.id/index.php/BBR/article/viewFile/1109/975> diakses pada 30 Oktober 2018 pukul 08.45 WIB.

- Oktaviana, Nadia.2018. Strategi Bauran Promosi Film "Cek Toko Sebelah" oleh PT Kharisma Starvision Plus. Dikutip dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/142789/slug/strategi-bauran-promosi-film-cek-toko-sebelah-oleh-pt-kharisma-starvision-plus.html> diakses pada 23 Agustus 2018 pukul 09:32 WIB.
- Rismayeti,Delfi.2017. Karya Jurnalistik Warga dalam Produksi Berita Televisi: Studi Kasus Program Berita "NET 10" di NET TV. Dikutip dari [file:///C:/Users/Acer/Downloads/S1-2017-331879-introduction%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/S1-2017-331879-introduction%20(3).pdf) diakses pada 2 Oktober 2018.
- Schivinski,B. 2015. The Effect of Social Media Communication on Consumer Perceptions Brands.http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/26435/1/3908_Schivinski.pdf diakses pada tanggal 2 Agustus 2018, pukul 8.36 WIB
- Shao,Guasong.2008. Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective
<https://pdfs.semanticscholar.org/85b0/72bab6e35b0f6c06d066274f4088769e96eb.pdf> diakses pada tanggal 2 Agustus 2018, pukul 8.57 WIB.
- Schivinski,Bruno. 2013. The Effect of Social Media Communication on Consumer Perceptions of Brands. Dikutip dari http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/26435/1/3908_Schivinski.pdf diakses pada 23 Agustus 2018,pukul 03:04 WIB.
- Zanariah,Azlin. 2016. The Impact of User – Generated Content (UGC) on Product Reviews towards Online Purchasing – A Conceptual Framework. Dikutip dari https://www.researchgate.net/publication/301508233_The_Impact_of_User_Generated_Content_UGC_on_Product_Reviews_towards_Online_Purchasing_-_A_Conceptual_Framewo diakses pada tanggal 3 Agustus 2018, pukul 08.47 WIB