

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik -6/E*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan (2009). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Crish Tradeway, Mari Smith (2010). *Facebook Marketing*. Indiana Polis: Wiley Publicing.
- Durianto, Darmadi, et.al (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Eriyanto. (2007). *Teknik Sampling: Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara.Herman (2012)
- Hidayat, Syarifudin dan Sedarmayanti. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV. Mandar Maju
- Harjanto, Rudy, (2009). *Prinsip - Prinsip Periklanan*. Jakarta: Gramedia.
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga
- Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Machfoedz, Mahmud. (2010) *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Cakra Ilmu
- Morissan, M.A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (edisi pertama). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morrison, MA dan Wardhany, Cory, Andy. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung Remaja Rosdakarya
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Rakhmat, Jalaludin. (2009). *Metode Penelititan Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie, Lazar. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Macanan Jaya Cemerlang
- Shimp, Terrence A. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta : Erlangga
- Soemanegara. (2008). *Strategic Marketing Communication*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Statistika dalam Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Rafika Aditama.
- Sulaksana, Uyung. (2007). *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Sunjoyo, Roni Setiawan, Verani Carolina, Nonie Magdalena, dan Albert Kurniawan. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Andi, 2008.
- Watono, A. Adji dan Maya C. Watono (2011). *Integrated Marketing Communication That Sells*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Indonesia
- West, Richard dan Turner, Lynn, H. (2007). *Pengantar Teori Komunikasi Analisa dan Aplikasinya*. Jakarta :Salemba Humanika
- Rianto Rahadi, Dedy dan M. Mifta Farid Stisipol Candradimuka. (2013). *Pemanfaatan Jejaring Sosial dalam Mendukung Keunggulan Bersaing (Studi Ukm Di Kota Palembang)*. Diakses Pada : <http://www.scribd.com/doc/89475092/Pemanfaat-Jejaring-Sosial-Dalam-Mendukung-Kinerja-Perusahaan>
- Wijaya, Mohamad H.P. (2013). *Promosi, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix di Kota Manado*. Diakses Pada : <http://www.ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article>

- Supradono, Bambang dan Ayu Noviani Hanum (2011.) *Peran Sosial Media untuk Manajemen Hubungan dengan Pelanggan pada Layanan E-Commerc.* Diakses Pada : <http://www.jurnal.unimus.ac.id/index.php/vadded/article>
- Fatma, Sofi Kumala. (2013). *Hubungan antara terpaan tweet Iklan pada AkunTwitter @INFOTEMBALANG dan Brand Awarness @CALZONEUP dengan Minat Beli Masyarakat.* Diakses Pada : <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/4311>
- Aulia, Sisca dan Sasa Djuarsa Sendjaja. (2011). *Proses Pembuatan Keputusan Konsumen Red Mango Melalui Twitter.* Diakses Pada : <http://journal.tarumanagara.ac.id/index.php/FIKOM/article/view/1146>
- Prasetyo, Kutut. (2014). *Pengaruh Electronic Word -of-Mouth di Media Sosial Twitter terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran Cepat Saji HOKA HOKA BENTO.* Diakses Pada : <http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/.../792>
- Aini, Enny Nuur. (2013). *The Influence of Social Media Toward Online Selling and The Formation of Online Community in Indonesia.* Diakses Pada : <http://klibel.com/wp-content/uploads/>
- Boyd, Danah (2012) *Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life.* Diakses Pada : <http://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf>
- Pusparini, Marissa. (2013). *The Influence of Social Media Use (Facebook and Twitter) on Brand Equity of Canon Camera Indonesiamore.* Diakses Pada : <https://www.academia.edu>
- Zaglia, Melanie. E. (2013). *Brand communities embedded in social network.* Diakses Pada : <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3617602/>
- Chianasta, Felix Pratama dan Sandy Wijaya. (2014). *The Impact of Marketing Promotion through Social*

*Media on People's Buying Decision of Lenovo in Internet Era: A Survey of Social Media Users in Indonesi.* Diakses Pada : <http://www.ijsrp.org/research-paper-0114/ijsrp-p2531.pdf>

Rahadi, Dedi Rianto dan Leon Andretti Abdillah. (2013). *The Utilization Of Social Networking As Promotion Media.* Diakses Pada : <http://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1312/1312.3532.pdf>

Fausan R, Wafi. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Shuttle Bus Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Primajasa Batununggal Indah Bandung.* Di akses Pada : <http://batik.tebs.telkomuniversity.ac.id>

Norshela Hastuti, Maynina. (2012). *Pengaruh Pemulihan Layanan Melalui Twitter Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. XL AXIATA TBK* . Di akses Pada : <http://batik.tebs.telkomuniversity.ac.id>

Riyantoro, Bagus dan Ati Harmoni. (2012). *Efektifitas Iklan Melalui Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maicih Dengan Menggunakan Metode Epic.* Diakses Pada : <https://www.academia.edu>

<http://kominfo.go.id/> (diakses pada 27 Februari 2014 pukul 10.05)

<http://harianti.com/> (diakses pada 27 Februari 2014 pukul 11.11)

<http://ismailonline.com/> (diakses pada 27 Februari 2014 pukul 11.15)

<http://www.madrasgeek.com/2010/12/facebook-vs-twitter-infographic.html> (diakses pada 5 Februari 2014 pukul 12:26)

<http://www.mediabistro.com> (diakses pada 24 Mei 2014 pukul 12.12)

<http://techno.okezone.com/> (diakses 24 Mei 2014 pukul 11:53)

<http://id.berita.yahoo.com> (diakses pada 24 Juni 2014 pukul 12:07)

[https://twitter.com/addic\\_tea](https://twitter.com/addic_tea) (diakses pada 1 Juli 2014 pukul 19.15)

Marketers. (2012). *hasil survey Mark Plus, "Anak muda merupakan pasar yang basah, terutama jika di lihat dari jumlahnya.* (Marketers edisi mei 2012).

Marketers. (2012). *Indonesia Most Favorite Youth Brand 2012* (Marketers edisi mei 2012)