

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M. P. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri. 2007. *Teknik dan Metode Peramalan: Penerapan dalam Dunia Ekonomi dan Usaha*. Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI.
- Astrid, Dewi Kusumastuti. 2009. *Sikap Terhadap Pengguna Facebook*. Masterthesis. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Buchari,A. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV.Alfabeta
- Chandra, G. 2006. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI
- Campbell, Damon E; dan Ryan T. Wright. (2008). "Shut-Up I Don't Care: Understanding The Role Of Relevance And Interactivity On Customer Attitudes Toward Repetitive Online Advertising". *Journal of Electronic Commerce Research*. 9(1): 62-76.
- Canon, Josep P, dkk. 2009. *Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta : Salemba Empat.
- Cravens, David W. 2004. *Marketing Strategi Terjemahan .Edisi IV*. Jakarta : PT Erlangga.
- Danang, Sunyoto. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS.
- Ekasari, Novita. 2014. Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, Vol. 16, No. 2, Hal: 81-102.
- Etta Mamang Sangadji & Sopiah.2013. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi III*. Yogyakarta :Andi.
- _____. 2015.*Strategi Pemasaran. Edisi IV*. Yogyakarta :Andi.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Husein, Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi kedua*. Jakarta :Rajawali Pers.
- Isnaini, A. 2005. *Model dan Strategi Pemasaran*. NTP Press, Mataram.

- Jamaludin, Arifin dan Hidayat, 2015, Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 21 No. 1.
- Kaplan and Haenlein 2009. *“Users of The World, Unite! The challenges and Opportunities of Social Media”*. Kelly School of Buisness, Indiana University.
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi 4*.
Jakarta: Erlangga
- Kuspriyono, T. 2017. *Pengaruh Promosi Online dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar*. *Jurnal Amik BSI Jakarta* Vol. XV, No. 2. September 2017.
- Kotler dan Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 4. Jakarta: Erlangga
—————. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid I.
Jakarta:Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran I*. Edisi 13. Jakarta :Erlangga.
—————. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi. 11. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks
- Mileva, Lubiana & Achmad Fauzi. 2018. Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekata Media.
- Nurgayatri, Ade Raisha. 2016. “Pengaruh Promosi Online pada Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand Elmeira”. Bandung: Universitas Telkom.
- Pribadi,Wikan.2010. *16 Cara Efektif Mendatangkan Pelanggan Lewat Internet*. Edisi 1. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Rahmawati, Dewi.2016. *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Rangkuti, F. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: Alfabeta)

Swastha DH., Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi kedua Cetakan ke-13. Yogyakarta: Liberty Offset.

Taufik, Amir. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta :PT.Raja Grafindo Persada.

Wibowo Adi. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Website:

Pratomo, Angga. "Era Digital Jadi Tantangan Pemuda Wujudkan Impian Bangsa".

<https://wearesocial.com/most-active-social-media-platforms.html>. Diakses pada tanggal 25 Februari 2019

<https://www.merdeka.com/peristiwa/era-digital-jadi-tantangan-pemuda-wujudkan-impian-bangsa.html>. Diakses pada tanggal 31 Januari 2019

<https://www.kominfo.go.id/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia-tahun-2018.html>. Diakses pada tanggal 25 Februari 2019.

<https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/04/21/download-tabel-t-untuk-d-f-1-200/>. Diakses pada tanggal 19 September 2019

