



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, G. (2003). *Panduan Praktis Berinternet Untuk Pemula*. Yogya: Panduan
- Belch, George E & Michael A Belch. (2017). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*.
- Breakenridge, Deirdre. (2012). *Social media and Public Relations: Eight New Practice for PR Professional*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Chitty, W., Barker, N., Valos, M. and Shimp, T.A. (2011). *Integrated Marketing Communications, 3rd ed*. Sydney: Cengage Learning
- Chitty, Barker & Shimp. (2008). *Integrated marketing communications*, South Melbourne, Victoria : Cengage Learning Australia.
- Duncan, Tom. (2002). *IMC Using Advertising & Promotion to Build Brands, International Edition*. New York: MC Graw Hill
- Evans, Dave. (2010). *Social media marketing : the next generation of business engagement*. Canada: Wiley Publishing
- Ghazali, Miliza. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House
- Gurnelius, S. (2011). *30-minute Social media Marketing*. USA: McGrawHill Co.
- Hutton G., Fosdick M. (2011). *The Globalization of Social Media. Consumer Relationships with Brands Evolve in the Digital Space*, "Journal of Advertising Research" 51(4), p. 564–570.
- Karjaluoto, E. (2008). *A Primer in Sosial Media*. A Smash LAB White Paper diakses pada 14 Mei 2019 dari <http://www.smashlab.com/updates/a-primer-in-social-media/>
- Kabani, Shama Hyder. (2010). *The Zen of Social Media Marketing: An Easier Way to Build Credibility, Generate Buzz and Increase Revenue*. USA: Benhella Books
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. Armstrong, G., Ang, S,-H., Leong, S,-M ., Tan, C-T., & Tse, D. 2005. *Principles of Marketing an Asian Perspective*. Singapore: Prentice-Hall.
- Lawlier, L. 2018. *Surat dari Yunani*. Indonesia: Madena Publishing.

- Lipschultz, J. H. 2015. *Social Media Communication: Concepts, Practice, Data, Law and Ethics*. New York: Routledge
- Moch. Nazir. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moriansyah, La. 2015. *Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences*. Universitas Indonesia. Pada <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkop/article/view/346/282> diakses pada 1 April 2019
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu Cetakan Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Phil Graham. 2017. *Strategic Communication, Corporatism, and Eternal Crisis*. New York: Routledge
- Pickton, David and Amanda Broderick. 2005. *Integrated Marketing Communication*. Essex: Pearson education.
- Quesenberry, Keith A. 2016. *Social Media Strategy Marketing, Advertising, And Public Relations In The Consumer Revolution*. London: Rowman & Littlefield
- Reece, Monique. 2010. *Real-Time Marketing for Business Growth How to Use Social Media, Measure Marketing, and Create a Culture of Execution*. USA: Pearson Education.
- Reddick, R. dan King, E. 1996. *Internet Untuk Wartawan - Internet untuk semua orang*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Safko, Lon. 2010. *The Social Media Bible: Tactics, Tools and strategies for Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Suharsaputra, Uhar. 2014. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama
- Soemanagara, Rd., 2006, *Strategi Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*, Alfabeta : Bandung
- Straubhaar, Joseph., LaRose, Robert., Davenport, Lucinda. 2010. *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology, Seventh Edition*. Boston: Wadsworth.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.
- Yin, Robert K. 2015. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Yusuf Zainal Abidin. 2015. *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*. Bandung: Pustaka Setia
- Skripsi & Jurnal
- Chan-Olmsted, Slyvia M., Monhee Cho, and Sangwon Lee. 2013. *User Perception of*

Social media: A Comparative study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social media. Online Journal of Communication and Media Technologies: <https://www.researchgate.net>

Curran, J. and Lennon, R. 2011. *Participating in the conversation: Exploring usage of social media networking sites.* Academy of Marketing Studies Journal.

Puspitasari, Fani & Gusfa Henni. *Strategi Promosi Online Shop Melalui Social media Dalam Membangun Brand Engagement (Studi Kasus: Promosi Brand Sally Heart Melalui Akun Instagram @ukhtisally).* Universitas Mercu Buana Jakarta. Diakses pada 15 Juni 2019. (<http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/mediakom/article/download/2969/1710>)

Rachmawati, Fitri. 2018. *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya.* Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya: <http://digilib.uinsby.ac.id/>

Rismayanti, Puji. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif Aktivitas Promosi Pada Akun Instagram @kedai_digital).* Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya: <http://digilib.uinsby.ac.id/>

Trattner, C., Kappe, F. 2013. *Social Stream Marketing on Facebook: A Case Study.* *International Journal of Social and Humanistic Computing (IJSHC).*

Link Berita

Putra, Dwi Aditya. 2018. *UMKM Sumbang 60 Persen ke Pertumbuhan Ekonomi Nasional.* Diakses pada 12 April 2019 dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3581067/umkm-sumbang-60-persen-ke-pertumbuhan-ekonomi-nasional>

Setiawan, Sakina Rakhma Diah. 2019. *Mengapa Masih Banyak UMKM Indonesia yang Belum "Go Digital"?.* Diakses pada 12 April 2019. dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2019/02/12/152246426/mengapa-masih-banyak-umkm-indonesia-yang-belum-go-digital>

Syarizka, Deandra. 2019. *Kontibusi UMKM Terhadap Pdb 2019 diproyeksi tumbuh 5%.* Diakses pada 12 April 2019 dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190109/12/876943/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-2019-diproyeksi-tumbuh-5>

Lainnya



Data pengguna Internet dunia. 2019. *Digital Repot 2019*. Diakses pada 2 Maret 2019 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>

Data pengguna Internet di Indonesia. 2019. *Digital Repot 2019*. Diakses pada 2 Maret 2019 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>

Fungsi *Social media agency*. 2016. *Inilah Fungsi Dari Perusahaan Social media Marketing Agency*. Diakses pada 27 April 2019 dari <http://www.brightstars.co.id/blog/inilah-fungsi-dari-perusahaan-social-media-marketing-agency/>

Monica. 2017. *What Do Social Media Agency Do?*. Diakses pada 12 Juli 2019 dari <https://smhack.io/blog/what-do-social-media-agencies-do/>

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA