



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

Amalia E. Maulana . 2009. *Consumer Insight Via Ethnography*. Erlangga. Jakarta.

Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala, 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pegantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media

Basu Swastha, 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE

Belch, George E., Belch, Michael A. 2003. *Advertising and promotion an Integrated Marketing Communication Perspectiv : Sixth Edition*. The Mc Graw - Hills Companies. hlm.16

Bogdan, Robert & Steven J Taylor, *Introduction, Qualitative Research Method*,. (New York: John Wiley & Sons, 1975)

Gamble, Teri and Michael. *Communication works*. Seventh edition (McGraw-Hill College, Boston, MA, 2002)

James A. Black dan Dean J. Champion, *Metode dan Masalah Penelitian Sosial* (Bandung: Eresco, 1992), hal. 286

Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein (2010) "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons* 53(1): 59–68

Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., 2006. Marketing Communication –Taktik dan Strategi. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)

Kleindl, B.A. & Burrow, J.L. (2005).E-Commerce Marketing.United States Of America : South Western.

Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009. Manajemen Pemasaran,Edisi ketiga belas jilid 2

Kotler, Phillip, 2002, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Milenium, PT. Prenhallindo, Jakarta

Kotler dan Amstrong,(2004),Prinsip-prinsip Marketing, Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta

Krisyanto, Rachmat. 2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana

Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 54-55.

Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004) hlm. 11.

Nasution, S. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung : Tarsito, 2003)

Rogers & D. Lawrence Kincaid. pengantar Ilmu komunikasi, 1998, hal 20,
Prof. Dr. Hafied Cangara, M. Sc.

Susan Gunelius: 30-Minute Social Media Marketing: Step-by-step Techniques
to Spread the Word About Your Business, Mc Graw Hill 2010

Suryabrata, *Metode Penelitian.* (Jakarta: CV. Rajawali, 1983), hlm.19.

Strauss, Judy. dan Raymond, Frost. (2001). E-Marketing. 2nd Edition.
Prentice Hall, New Jersey.

William J. Stanton, Dasar-dasar Pemasaran, Edisi ke tujuh, Jakarta :
Erlangga jilid ke-1, halaman 113

<http://duniapemasaranglobal.blogspot.com/p/teori-teori-pemasaran.html>

<http://myrandhazone.blogspot.com/2010/12/uses-and-gratifications-theory-teori.html>

<http://myrandhazone.blogspot.com/2010/12/uses-and-gratifications-theory-teori.html>

<http://www.the-marketeers.com/archives/data-pengguna-facebook-di-kuartal-3-2013.html#.Upw6otKBkYZ>

<http://www.the-marketeers.com/archives/45-brand-pilihan-pengguna-internet-di-indonesia.html#.UpxGNNKBkYY>

<http://www.techinasia.com/indonesia-social-jakarta-infographic/>

<http://pustaka.unpad.ac.id/archives/125062/>



<http://eprints.binus.ac.id/24587/1/2011-2-00902-MC%20Abstrak001.pdf>

