



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

Buku :

- Aditya.A.,Bevly.,Haryanto.D.,Yulwardian E.,& Nasution, E. 2013. *Social Media Nation,15 Inspirasi Berjejaring sosial : Tumbuh besar bersama komunitas online &sukses berbisnis*. Jakarta, Prasetiya Mulya Publishing.
- Agus,Hardjana. 2004. *Komunikasi Interpersonal & Komunikasi Interersonal*. Yogyakarta , Kanisius.
- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung, Alfabeta
- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*, Cetakan Ketiga. Jakarta, Rineka Cipta, .
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta, BPFE UGM.
- Basu Swastha. 2000. *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta, Liberty.
- Boyd, Harper W, 2000, *Manajemen pemasaran*, Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta.
- Bungin,Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi,Ekonomi, dan Mixed*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Engel, J.F. et.al. 1994. *Consumer Behavior* Jilid 1, Alih Bahasa Budiyanto. Jakarta, Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Mutlivariative dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang. Universitas Diponegoro
- Irianto, Anton. 2005. *Born To Win : kunci sukses yang tak pernah gagal*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Juju, Dominikus.,&Sulianta,Feri (2010. *Branding promotion with social network*. Jakarta, PT.Elex Media Komputindo)

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa, Alexander Sindoro. Jakarta, Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, 2004, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, dkk, 2000, *Manajemen Pemasaran dengan pemasaran efektif dan Profitable*, cetakan Kedua, Gramedia Pusat Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Prenhallindo.
- Kriyantono, Rahmat 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi, disertai contoh praktis riset media, Public Relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta, Prenada Media Grup.
- Liliweri, Alo. 2011. *Prasangka & Konflik Komunikasi lintas budaya masyarakat multicultural*. Yogyakarta, Lkis
- Maulana, Heri. 2009. *Promosi Kesehatan*. Jakarta, Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Neuman, W. Lawrance. 2014. *Basic of Social Research, Qualitative & Quantitative Approaches Third Edition*. United Kingdom, Peason
- Priyatno, Duwi, 2013, "Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS". Yogyakarta, Media Kom.
- R Cahyo Prabowo, *Manfaat Media Online / Media Baru (New Media dalam era Modernisasi dan Digitalisasi*. 2013.
- Rakhmat. Jalaludin. 2009. *Psikologi Komunikasi Bandung*, Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sendjaja, Djuarsa. 004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta, PT Raja Grafindo.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi*. Cetakan Ke-20. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta, Liberty. Yogyakarta

Sutrisno.Edy. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Pertama, Cetakan Pertama*. Jakarta, Penerbit Kencana.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 3. Yogyakarta, Andi

Skripsi :

Diyatma.Aris Jatmika. *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar*. Skripsi. Universitas Telkom.

Nurhabibah,Ayu. 2016. *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen di Pusat Oleh-oleh Getuk Goreng Khas Sokaraja Banyumas Jalan Raya Buntu-Sampang*. Skripsi.Universitas Negeri Yogyakarta.

UMMN