



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

- Amalina, A. (2016). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalti Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Follower Twitter Mizone @MizoneID). *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 4 Nomor 3 - Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*.
- Anjani, H. P. (2017, November 9). *Terungkap, Ini 3 Rahasia Utama King Mango Jadi Raja di Pasaran!* Retrieved from IDN Times: <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/francisca-christy/3-rahasia-king-mango-jadi-raja/full>
- Ardianto, E. (2011). *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Asad, Issa. 2014. *Instant Profits with Instagram: Build Your Brand, Explode Your Business*. USA: Issa Asad, Dania, Florida.
- Barker, M. S., Barker, D., Bormann, N., & Neher, K. (2013). *Social Media Marketing: A Strategic Approach*. Mason, OH: Cengage Learning.
- Bisnisbisnis.id. (2017, November 11). *[Case Study] Kenapa Warna Kuning & Potongan Buah pada King Mango Thai Sangat Menggoda?* Retrieved from Bisnisbisnis.id: <http://bisnisbisnis.id/2017/11/10/kenapa-warna-kuning-potongan-buah-pada-king-mango-thai-sangat-menggoda/>
- Breakenridge, D. (2012). *Social Media and Public Relations Eight New Practices for the PR Professional*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Coles, L. (2015). *Marketing with Social Media: 10 Easy Steps to Success for Business*. Milton: John Wiley & Sons Australia.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design Second Edition*. California: Sage Publication.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Raja Grafindo.

- Evans, D. 2010. *Social Media Marketing The Next Generation of Business Engagement*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Evans, L. (2010). *Social Media Marketing: Strategies for Engaging in Facebook, Twitter, & Other Social Media*. USA: Que Publishing.
- Groff, R. (2004). *Critical Realism, Post-positivism and the Possibility of Knowledge*. New York: Routledge.
- Hootsuite dan We Are Social. (2018, Januari 29). *Digital in 2018 Global Overview*. Retrieved from Slideshare.net: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>
- Kabani, S. H. (2010). *The Zen of Social Media Marketing: An Easier Way to Build Credibility, Generate Buzz, and Increase Revenue*. Texas: Benbella Books.
- Kaplan, Andreas M, Michael Haenlein. 2010. *Users of the world, opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management: 14th Edition*. New Jersey: Pearson.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Edisi Keempat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Landsverk, K. H. (2014). *The Instagram Handbook*. London: Primehead Limited.
- Lipschultz, J. H. (2015). *Social Media Communication*. New York: Routledge.
- Madelina, T. (2017, September 14). *Jus Mangga Jadi Jajanan Kekinian, Memang Enak Atau Tren Sementara?* Retrieved from Kapanlagi.com: <https://plus.kapanlagi.com/minuman-mangga-kekinian-memang-enak-atau-tren-sementara-3c7250.html>
- Miles, J. G. (2014). *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customers with the Power of Pictures*. United States: McGraw-Hill.

- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences . *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 19 No. 3*, 187 - 196.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Dedy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Quesenberry, K. A. (2016). *Social Media Strategy Marketing and Advertising in The Consumer Revolution*. Maryland: Rowman & Littlefield.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ramadhan, F. H. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 4 Nomor 2*, 1-15.
- Reece, M. (2010). *Real Time Marketing for Business Growth*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Safko, L. (2010). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Seitel, Fraser P. 2011. *The Practice of Public Relations*. New Jersey: Pearson, Inc.
- Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2010). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

- Sumberpengertian.co. (2017, Maret 4). *Pengertian Viral Secara Umum*. Retrieved from Sumberpengertian.co: <http://www.sumberpengertian.co/pengertian-viral>.
- Tampubolon, M., Putri, Y. R., & Atnan, N. (2016). Strategi Promosi Coffee Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Creamatology). *e-Proceeding of Management Vol. 3, No. 2 Agustus 2016*, 2421.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing*. Glasgow: Bell and Bain Ltd.
- Yin, R. K. (2014). *Studi Kasus: Desain & Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yin, R. K. (2015). *Studi Kasus: Desain & Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA