



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

- (2014, September 15). Retrieved September 16, 2014, from www.apjii.or.id:
<http://www.apjii.or.id/v2/read/article/Statistik/266/statistik-internet-indonesia-.html>
- www.kompasiana.com*. (2014, March 30). Retrieved September 16, 2014, from
<http://teknologi.kompasiana.com/gadget/2014/03/30/perkembangan-teknologi-sekarang-ini-643099.html>
- Armstrong. Gary & Kotler. Philip. (2008). *Principles of Marketing 12th Edition*. Pearson Education.
- Lane, K. K. (2008). *Strategic Brand Management*. USA: Pearson.
- Ryan. D & Jones. C. (2009). *Understanding Digital Marketing 2th edition*. UK & USA: Kogan Page Limited.
- Saputra, D. (2014, January 7). *www.marketing.co.id*. Retrieved September 16, 2014, from <http://www.marketing.co.id/menguatnya-peran-digital-marketing-di-indonesia/>
- Strauss.Judy & Frost. Raymond. (2008). *E-marketing 5th edition*. Australia, New Jersey: Pearson.

UMMN