

DAFTAR PUSTAKA

- A. Chaedar Alwasillah , *Pokoknya Kualitatif Dasar Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif* Jakarta:Pustaka Jaya, 2011.
- Anshari, Rindy. “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Online Dan Tingkat Kepuasan Membeli”. Skripsi tidak diterbitkan.Sumatera Utara : Fisip Usu, 2010.
- Aprilya Trias, “Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda”. Skripsi tidak diterbitkan. Universitas Mulawarman:2017.
- Armstrong Kotler, *Prinsip – Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ketiga* Jakarta : erlangga 1997.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Basu Swasth, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, Yogyakarta: BBFE,2010.
- Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Cholid Narkubo dkk, *Metodologi Penelitian* Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Deddy Mulyana, *pengantar Ilmu Komunikasi* Bandung : PT . Rosda Karya 2012.

- Dodi, limas. *Metodologi Penelitian (science methods, metodetradisional dan natural setting, berikut tehnik penelitiannya)*. Yogyakarta: PustakaIlmu, 2015.
- Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2011.
- Ida Bagoes Mantra, *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Jalaludin Rakhmat,. *Metode Penelitian Komunikasi* Bandung: PT. Remaja Rosada Karya, 2005.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* Jakarta: Prenadanadia group, 2016.
- Ken, Ryandra. "Instagram". (Online), (<https://id.m.wikipedia.org/wiki/instagram>, diakses 06 April 2018).
- Kotler, Philip dan Lee Nancy. *Pemasaran di sektor Publik*. Jakarta : PT INDEKS, 2007.
- Kusniadji Suherman, "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods". Skripsi tidak diterbitkan. Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana: 2009.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002.
- M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- M. Subana & Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah* Bandung : Pustaka Setia, 2001.

- Nitisusastro H. Mulyadi, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*
Bandung : AlfabetaCV, 2013
- Riyanto, andi dwi. “Hootsuite (we are social) : Indonesian digital report 2017”.
(Online), (<https://www.slideshare.net/wearesocial>, diakses 27 Maret 2018).
- Roudhonah, *Ilmu Komunikasi* Jakarta: UIN Jakarta Press, 2007.
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*,
Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sandra Oliver, *strategic Public Relation*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2007.
- Setiawan, mukhamad andri. “Hasil survei penetrasi dan perilaku pengguna
internet indonesia 2017”. (Online), (<https://www.apjii.or.id/survei>, diakses
27 Maret 2018).
- Shimp, Terence A. *periklanan promosi aspek tambahan komunikasi pemasaran
terpadu jilid II edisi kelima*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2003.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan
R&D* Bandung: Alfabeta, 2007
- Suharsimi, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek edisi revisi* yogyakarta:
Rineka Cipta,1992.
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* Yogyakarta: Andi Offset, 2002.
- Verawati, Noning. “pergeseran pemanfaatan Instagram sebagai media bisnis
online”. *jurnal lmu komunikasi*. (2016), vol 12 no 12 issn 2067 – 2070