

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Maman. Muhidin, Sambas Ali dan Somantri Ating. (2011). *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Pertama. Bandung: Pustaka Setia.
- Aldila, A. Nindya Tri., Pengaruh Word of Mouth Communication Terhadap Proses Keputusan Pembelian Komputer Tablet Tahun 2012. Telkom University, Bandung, Indonesia.
- Amaly, Laressa. Dan Hudrasyah, Herry. (2012), *Measuring Effectiveness of Marketing Communication Using Aisas Arcas Model - Journal of Business and Management SBM ITB*, Vol 1 No 5, Bandung, Indonesia
- Antikasari, Okta., (2014) LINE meluncurkan fitur Find Alumni [Online]. Tersedia: <http://www.antaranews.com/berita/462687/line-luncurkan-fitur-find-alumni> [12 Desember 2014]
- Apjii (2014). *Profil Pengguna Internet di Indonesia 2014* [Online]. Tersedia : <http://www.apjii.or.id/v2/read/article/Statistik/305.html> [27 Mei 2015]
- Apjii (2014). *Statistik Internet Indonesia* [Online]. Tersedia: <http://www.apjii.or.id/v2/read/article/Statistik/277/statistik-internet-indonesia-.html> [28 Oktober 2014]
- Bahri, Razya Ardian., (2012) Analisis pengaruh endorser di social media terhadap keputusan pembelian menggunakan metode (AISAS). Universitas Indonesia, Depok, Indonesia
- Bintari, Nurur R., (2014) *Ketika Advertise Melirik Youtube* [Online]. Tersedia: <https://nururbintari.wordpress.com/2014/03/19/ketika-advertisers-melirik-youtube/> [31 Oktober 2014]
- Cv-indonesia. (2014) *Digital Marketing Future in Indonesia* [Online]. Tersedia: <http://www.cv-indonesia.com/infographics/img/pictures/digital-marketing-future.jpg> [28 Oktober 2014]
- Dantes, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Abdillah Yusuf, Yuliansari Deni. (2015) *Pengguna Line di Indonesia Tembus 30 juta* [Online]. Tersedia : <http://www.suara.com/tekno/2015/03/12/211315/pengguna-line-di-indonesia-tembus-30-juta/> [5 Juni 2015]
- Google. (2014). *5 Situs Aplikasi Chat Terpopuler* [online]. Tersedia: <https://www.google.com/trend> [12 Desember 2014]

- Guglielmelli, Carly. (2014) *Twitter Struggles to Attract Advertise* [Online]. Tersedia: <http://www.socialbakers.com/blog/2122-the-state-of-social-advertising-2014> [31 Oktober 2014]
- Harjanto, Rudy. (2009). *Prinsip-prinsip Periklanan*. Jakarta: Dewan Perguruan Periklanan Indonesia
- Hutomo S, Jody. (2014). *Pengaruh Keyword Ads Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Metode AISAS*. Telkom University, Bandung, Indonesia
- Internetlivestats. (2014) *Indonesia Internet Users* [online]. Tersedia: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/indonesia/> [28 Oktober 2014]
- Jabarprov (2014). *Penduduk* [Online]. Tersedia: <http://jabarprov.go.id/index.php/pages/id/75> [27 Mei 2015]
- K.Sugiyama & T.Andree (2011) *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*: McGraw Hill Professional
- Kaplan, A.M., & Haenlin, (2010) *Use of The World, Unite ! The challanges and oppotunnities of Social media* : Elsevier
- Kartikasari, Ayu., dan Wicaksono, R. Wahyu., dan Wiyogo, Mardiyanto., *Analisis AISAS (Attention, Interest, Search, Action, share) pada Konsumen Perkedel bondon Bandung*. Telkom University, Bandung, Indonesia.
- Kazutoshi, Maeno., (2006) *Changes in Services by Communications-Broadcast Convergence Solutions*. *Nec Technical Journal*, Vol.1 No.2. NEC
- Kotler, Phillip & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip - Prinsip Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 Edisi 12. Erlangga
- Martono, Nanang. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Press.
- Merdeka. (2013). *Apa Itu Internet Marketing?* [Online]. Tersedia: <http://www.merdeka.com/ireporters/uang/apa-itu-internet-marketing.html> [12 Desember 2014)
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Terpadu (1st)*. Jakarta:Kencana Prenada Media Group
- Mutiara dan Iskandar, Budi Permadi. (2012), *Crossing Through The Information Barrier*. *Journal of Business and Management*, Vol. 1, No.5, SBM ITB, Bandung, Indonesia
- Naomi, Agatha., *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Online Shopping*. Telkom University, Bandung, Indonesia

- Noviandari, Lina., (2014) *FYI: 30 juta orang Indonesia gunakan Line, nomor dua di dunia* [Online]. Tersedia: <http://id.techinasia.com/fyi-jumlah-pengguna-line-indonesia-30-juta/> [12 Desember 2014]
- Patty , Hermanus Obetnego. (2011). Pengaruh Regulasi Internet (Fixed Line) Terhadap Respon Konsumen (Model AIDA) dalam Penggunaan Layanan Internet Speedy di Kota Bandung. Telkom University, Bandung, Indonesia
- Peter, J. Paul., dan Olson, Jerry C., (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran
- play.google.com (2015). *LINE: Free Calls & Messages* [online]. Tersedia: <https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.naver.line.android> [12 Januari 2015]
- Purnama, Rucita., Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian iPhone di Kota Bandung. Telkom University, Bandung, Indonesia
- Putri, Atia Rizky Setiana. Dan Abdullah., Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi pada konsumen Astra Motor Jakarta). Telkom University, Bandung, Indonesia
- Sanusi, Anwar. (2011). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- Sarwono, Jonathan dan Martadiredja, Tutty. (2008). Riset Bisnis Untuk Pengambilan Keputusan. Yogyakarta: ANDI.
- Sarwono, Jonathan. (2012). Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS). Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk, Leslie Lazar., (2008). *Consumre Behaviour*. Jakarta:PT Indeks
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods for Business Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Sekaran, Uma. (2007). *Research Methods for Business Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke-14. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2009). *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Keempat. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan Pertama. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi*. Edisi 2. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan keenam. Bandung: ALFABETA.
- Tang, Ran. Dan Zhang, Zhenji. Dan Guan, Xiaolan. Dan Wang, Lida. (2014), *A Study of Short-term Effect Measurement for Information Publication in Government Microblog*.

International Journal of Hybrid Information Technology, Vol 7 no 1. Beijing Jiaotong University, Beijing Institute of Graphic Communication, China Software Testing Center. Beijing, China

Techinasia (2014). *Meme iklan Line “Ada Apa Dengan Cinta” menjadi viral, berbagai brand manfaatkan momentum* [Online]. Tersedia: <http://id.techinasia.com/meme-iklan-line-ada-apa-dengan-cinta-aadc-viral/> [27 Mei 2015]

Telkomsel.com (2014). *Telkomsel 4G LTE Jadi Yang Pertama Secara Komersial Hadir di Bandung* [Online]. Tersedia: <http://www.telkomsel.com/about/news/1151-Telkomsel-4G-LTE-Jadi-Yang-Pertama-Secara-Komersial-Hadir-di-Bandung.html> [30 Mei 2015]

Widoyoko, Eko Putro. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.

Widyasmi, Sekarina. Dan Syahputra., *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Bersistem Operasi Android (Studi Kasus pada mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) di Telkom University, Bandung Technoplex Tahun 2014)*. Telkom University, Bandung, Indonesia.

Wilopo, Abdul Rofiq Zainul Arifin., *Pengaruh Penerapan AIDA(Attention, Interest,Desire, Action) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Kartu Perdana IM3 di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2012)*. Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia.

Youtube. (2014). *Tentang Youtube* [online]. Tersedia: <https://youtube.com/yt/about/id/index.html> [28 Oktober 2014]

Zaputra , Zetra les. dan Iskandar, Budi Permadi. (2013), *Identifying Indonesian Consumer Buying Behavior To Design Gundam Model Kits Marketing Strategy*. *Journal of Business and Management SBM ITB*, Vol 2 No 1, Bandung, Indonesia

Zarrella, Dan. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta:PT Serambi Semesta

Wasti, Sriana., *Hubungan Minat Belajar Dengan Hasil Belajar Mata Kuliah Tata Busana Di Madrasah Aliyah Negeri 2 Padang*. Uniersitas Negeri Padang, Padang, Indonesia.