

DAFTAR PUSTAKA

- Aiwan, Tania Yosephine. (2012). Efektivitas Pesan Iklan Televisi Tresemme Menggunakan Customer Response Index (CRI) pada Perempuan di Surabaya, *Jurnal E-Komunikasi*. 1(2). 234. Retrieved from <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/914>
- Alamsyah, Andry & Peranginangin, Yahya. (2015). *Mobile Content Development* (1st ed). Bandung: Arcadia Media Mandiri.
- Anggraini, Ervina. (2013). Ingin Meng-Indonesia, Aplikasi Line Akan Buka Kantor di Jakarta, [Online]. Tersedia: <http://m.liputan6.com/teknoread/547874/ingin-meng-indonesia-aplikasi-line-akan-buka-kantor-di-jakarta>. [19 September 2015]
- Bandur, Agustinus. (2013). *Penelitian Kuantitatif, Desain dan Analisis Data dengan SPSS* (1st ed). Jl. Kaliurang Km 9,3 Yogyakarta 55581: Deepublish (CV. BUDI UTAMA).
- Boyd, Danah M dan Ellison, Nicole B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship [online], Tersedia: <http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>
- Brown, Kathy. (2015). Internet Society Global Internet Report 2015. InternetSociety
- Chaffey, Dave. (2011). *E-Business & E-Commerce Management, Strategi, Implementation, and Practice* (5th ed). Edinburg Gate, Harlow, Essex CM20 2JE, England: Pearson.
- Dantes, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Jl. Beo 38-40 Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET
- Durianto, Darmadi dan Sugiarto, Widjaja dan Supraktikno. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Eka, Randi. (2015). Penggunaan Media Sosial di Indonesia Mulai Tersegmentasi Berdasarkan Kebutuhan. *Dailysocial* [online], Tersedia: <https://dailysocial.id/post/penggunaan-media-sosial-di-indonesia-mulai-tersegmentasi-berdasarkan-kebutuhan>
- Elefant, Carolyn. (2011). *Energy Law Journal – The Power of Social Media: Legal Issues & Best Practice for Utilities Engaging Social Media*, 32(1), 4-5. Retrieved from http://www.felj.org/sites/default/files/docs/elj321/13_1_social_media.pdf
- Farokatarina, F. Anastasiana. (2014). LINE sebagai Media Penyampaian Pesan (Studi Deskriptif Mengenai Efektivitas Jejaring Social LINE sebagai Media Penyampaian Pesan Kampanye WWF “Tiggy Tiger” Berdasarkan Perhitungan Customer Response Index pada Pengguna LINE). 20-23. Retrieved from <http://e-journal.uajy.ac.id/6474/>
- Gottschalk, Petter. (2006). *E-Business Strategy, Sourcing and Governance*. United States of America: Idea Group Publishing
- Hanim, Lathifah. (2011). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Keabsahan Perjanjian Dalam Perdagangan Secara Elektronik (*E-Commerce*) di Era Globalisasi. 11. 59. Retrieved from <http://dinamikahukum.fh.unsoed.ac.id/index.php/JDH/article/view/262>
- Huda, Nurholis. (2015). 30 Juta Pengguna LINE Ada di Indonesia. *Banjarmasinpost* [online], Tersedia : <http://banjarmasin.tribunnews.com/2015/10/02/30-juta-pengguna-line-ada-di-indonesia>
- Internetlivestats.com. (2015). Indonesia Internet Users. *Internetlivestats* [online], Tersedia: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/indonesia/>
- Irianto, B.R. (2015). Pengaruh Penggunaan *Instant Messanging* LINE Terhadap Efektivitas Komunikasi Interpersonal. 03. Retrieved from <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/104410/pengaruh-penggunaan-instant-messaging-line-terhadap-efektifitas-komunikasi-di->

kalangan-mahasiswa-analisis-pada-mahasiswa-ilmu-komunikasi-angkatan-2011-dan-2014-fakultas-komunikasi-dan-bisnis-universitas-telkom-.html

Kartikasari, Ayu.(2014). Analisis AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*) pada Konsumen Perkedel Bondon di Bandung. 37-40. Retrieved from <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/65288/analisis-aisas-attention-interest-search-action-share-pada-konsumen-perkedel-bondon-di-bandung.html>

Kotler, Philip & Keller, Kevin (2007). *Manajemen Pemasaran jilid 2* (12th ed). PT. INDEKS (PT. MACANAN JAYA CEMERLANG)

Lannueardy, Eko (2014). Temuen Nielsen, BlackBerry Messenger masih Populer di Indonesia. ChipOnline [online], Tersedia : http://www.chip.co.id/news/technology-web_internet-telecommunication-social_media-gadget-apps-blackberry-apple-press_release/12092/temuan_nielsen_blackberry_messenger_masih_populer_di_indonesia

Liputan6.com (2014). Kumpulan Berita LINE Messenger. Liputan6 [online], Tersedia: <http://www.liputan6.com/tag/line-messenger?page=1>

Mutaqdir, Malik. (2015). Teori Efektifitas Menurut Pendapat Para Pakar Terpercaya [online]. Tipepedia, Tersedia: <http://www.tipepedia.com/2015/08/teori-efektifitas-menurut-pendapat-para.html> [11 Januari 2016]

Prastyo, Kutut. (2014). Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Social Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Hoka Hoka Bento. 02. Retrieved from <http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/868>

Putra, Ega Dewa. (2014). “Menguak Jejaring Sosial”. Serpong: Putra

Riyantoro, Bagus & Harmoni, Ati. (2013). Efektivitas Iklan Melalui Jejaring Social Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maicih,

- Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur, & Teknik Sipil)*. 5. 256-257. Retrieved from ejournal Gunadarma
- Sari, Evi Thelia. (2014). Analisis Consumer Response Index (CRI) pada Media Iklan Gadget di Kalangan Pengguna di Surabaya, *Jurnal Orasi Bisnis*. 11, 69. Retrieved from <http://download.portalgaruda.org/>
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. (2010). *Research Methods for Business A Skill Building Approach*. United Kingdom: Wiley
- Setyani, Novia Ika. (2013). Penggunaan Media Social Sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Social Twitter, Facebook, dan Blog Sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Akademi Berbagai Surakarta), *Jurnal Komunikasi*. 7, 6. Retrieved from <https://abdulkaharkimia.files.wordpress.com/>
- Siregar, Baldric. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Statista.com. (2015). *Fastest Growing Social and Messaging apps Worldwide as of 1st Quarter 2015*. Statista [online], Tersedia: <http://www.statista.com/statistics/381933/messaging-social-app-user-growth/>
- Sugiyama, Kataro dan Andree, Tim. (2011). *The Dentsu Way*. New York: McGraw Hill
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung: CV ALFABETA
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan-Research and Development*. Jl. Gegerkalong Hilir No.84 Bandung : CV ALFABETA
- Turban, et al. (2012). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. (8th ed) revised edition. USA: Springer
- Wong, CK. (2103). *LINE Shopping Launched for E-Commerce Business in Indonesia and Malaysia*. [online]. Tersedia: <http://www.ecommercemilo.com/2013/12/line-shopping-launched-for-e->

commerce-business-indonesia-malaysia.html#.Vimzn9IrLMw. [19
September 2015]

Zamroni, Mohammad. (2009). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Dampaknya Terhadap Kehidupan. *Jurnal Dakwah*. 10(2), 10-14. Retrieved from Digilib.uin-suka.ac.id