

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Abdurrahman. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Abdullah Thamrin dan Tantri Francis. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Agus Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Chris Heuer dalam Solis, (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey, Canada
- Danang. Sunyoto. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Cetakan Pertama, Caps, Yogyakarta
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kotler Philips dan Keller. (2016). *Marketing Management: 15 Edition*, New Jersey: Prentice Hall, Pearson Hall, Pearson Education, Inc.
- Kotler Philips dan Gary Armstrong. (2012). *Principles Of Marketing*, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education
- Neolaka Amos. (2014), *Metode Penelitian dan Statistik*. Jakarta: Remaja Rosdakarya
- Strauss Judy dan Raymond Frost. (2014), *E-Marketing*, Seventh Edition, Pearson : New Jersey
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.

**Skripsi dan Tugas Akhir:**

Giri Maulana. (2015), *Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe*

Niken Widiati Setiyanigtiyas. (2015), *Pengaruh Electronic Word of Mouth Pada Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Ngalanggeran Gunung Kidul*

Veby Zilfania Rizal. (2014), *Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram Terhadap Terbentuknya Brand Image Restoran Burger Gaboh Pekanbaru*

Viranti Mustika Sari. (2012), *Pengaruh Electronic Word of Mouth di Social Media Twitter Terhadap Minat Beli (Studi pada Hollysteak)*

Revie Ismi A. (2016), *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Ouval Research Bandung)*

Zia Noor Salman. (2015). *Analisis Strategi Promosi Melalui Media Sosial Twitter (Studi Kasus Dusun Bambu)*

**Sumber Online:**

<https://www.instagram.com>, diakses pada 4 mei 2017

<https://www.kemendag.go.id>, diakses pada 14 mei 2017