

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

Belch, George and Belch, Michael. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, New York: McGraw Hill.

Dinas Koperasi UKM dan Perindustrian Perdagangan. (2017). *30 sentra industri unggulan Kota Bandung*. Bandung.

Diamond, Stephanie. (2013). *The Visual Marketing Revolution*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.

Joseph, Thomas. (2011). *Spirit of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.

Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Morissan. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012) . *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Ryan, Damian. (2017). *Understanding Digital Marketing : Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. New York: Kogan Page Limited.

Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi

Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Safko, Lon dan David K. Brake. (2009). *The Social Media Bible*. New Jersey: Hoboken

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitaitaif dan R & D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Wind, Jerry. (2001). *Digital Marketing : Global Strategies from The World's Leading Experts*. Canada: John Wiley and Sons, Inc.

### **Sumber Skripsi :**

Salya, Aditya (2010). “*The Internet Marketing Solution Toward Creative Industries in Bandung*”, Nomor 201011. Department of Management and Business, Padjajaran University.

Hidayah, Nurul. (2018). *Analisis Strategi Digital Marketing dalam Membantu Penjualan Living Space dan Efo Store*. Skripsi sarjana pada Universitas Islam Indonesia

Khoiriah, Lulu Luthfi. (2017). *Strategi Komunikasi Marketing Iklan di Lembaga Publik RRI Purwokerto*. . Skripsi sarjana pada IAIN Purwokerto

Almaida, Farahma Ayu. (2019). *Analisis Pengelolaan Konten Digital Marketing Media Sosial Institut Francais Indonesia Bandung*. Skripsi sarjana pada Universitas Telkom

Budiman, Novayanti. (2016). *Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia*. Skripsi sarjana pada Universitas Hasanudin

Saveria, Rachael Abigail. (2016). *Analisis Digital Marketing Dalam Strategi Integrated Marketing Communication Kampanye Politik*. Skripsi sarjana pada Universitas Indonesia

### **Sumber Jurnal :**

Santoso, Amanda P, Imam Baihaqi dan Satria F. Persada. (2017). *Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita*. Jurnal teknik ITS Vol. 6, No. 1, (2017) ISSN: 2337-3539.

Dharmayanti, Diah dan Johan Ardi Limandono. *Pengaruh Content Marketing dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement dengan Social Media Marketing sebagai Variabel Moderasi di Pakuwon City*. Universitas Kristen Petra.

Putri, Dhita Widya Putri dan Maulida De Mormes. *Analisis Strategi Perencanaan Pesan pada Akun Instagram E-Commerce @thekufed*. London School of Public Relations

Gibson, Charles. (2018). *The Most Effective Digital Marketing Strategies & Approaches: A Review of Literature*. [www.ijsrp.org](http://www.ijsrp.org)

Irma, Ade. (2017). *Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online*. Jurnal Online Kinesik

Yasmin, Afrina. Sadia Tasneem, Kaniz Fatema. (2015). "Effectiveness of Digital Marketing in The Challenging Age: An Empirical Study", volume 1 issue 5 pages 68-90. International Journal of Management Science And Business Administration.

Dedi Purwana ES., Rahmi, Shandy Aditya. *Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM).

### **Sumber Internet :**

We Are Social. (2018). Digital in 2018: World's Internet Users Pass The 4 Billion Mark. Diakses tanggal 11 November 2018, dari [www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com)

We Are Social. (2019). Digital 2019: Global Internet Use Accelerates. Diakses tanggal 13 Juli 2019, dari [www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com)

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2018). Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2017. Diakses tanggal 11 November 2018, dari [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id)

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2019). Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2018. Diakses tanggal 20 Mei 2019, dari [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id)

Katadata.co.id. (2018). 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Aktif Instagram Terbesar (Jan 2018). Diakses tanggal 11 November 2018, dari [www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id)

Widyastuti, Ariyani Yakti. (2017, November 2017). Jumlah Akun Komunitas Bisnis Instagram di RI Tembus 25 Juta. Diakses tanggal 11 November 2018 dari <https://bisnis.tempo.co/read/1039691/jumlah-akun-komunitas-bisnis-instagram-di-ri-tembus-25-juta>

UNESCO Creative Cities Network (2018). Creative Cities. Diakses tanggal 11 November 2018 dari <https://en.unesco.org/creative-cities//node/320>

Istiqomah, Zuli. (2018, Oktober 2018). Kota Bandung Jajaki Kerja Sama dengan Penang Malaysia. Diakses tanggal 11 November 2018.

<https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/10/26/ph756e335-kota-bandung-jajaki-kerja-sama-dengan-penang-malaysia>