

Daftar Pustaka

Sumber buku :

- Belch, George and Belch, Michael. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, New York: McGraw Hill.
- Creswell John.W. 2014. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ibrahim.2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*.
- Lister Martin. 2009. *New Media: a critical introduction*, Newyork: Routledge.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Bapak McQuail*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L.J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Machfoedz, Mahmud. (2010), “*Komunikasi Pemasaran Modern*”, Cetakan Pertama, Cakra Ilmu, Yogyakarta.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Soemanagara, Rd. 2008. *Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Skripsi :

- Azed, Raihan Azhara. (2018). *Stategi Komunikasi Pemasaran Hi Jack Sandals Melalui Media Sosial Instagram*. Skripsi sarjana pada Universitas Telkom: tidak dipublikasi
- Ginawati, Restini. (2016). *Strategi Komunikasi Pemasaran Florash Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Instagram @Florash)*. Skripsi sarjana pada Universitas Telkom: tidak dipublikasi

Nurmalitasari, Novina Dwi. (2017) Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial *Instagram* dalam Meningkatkan Brand Awareness McDuren Streetfood. Skripsi sarjana pada Universitas Telkom: tidak dipublikasi.

Sebayang, Gemael. (2017) Strategi Promosi Brand Lokal General Culture Melalui *Instagram* (Studi Deskriptif Brand Image General Culture Melalui Akun @generalculture). Skripsi sarjana pada Universitas Sultan Ageng: tidak dipublikasi

Utami, Pratiwi Budi (2014) Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui *Endorsement* Pada *Online Shop* di Indonesia (Studi Deskriptif pada *Online Shop* I Wear Banana, Alf's Stuff dan Chickhorse). Skripsi sarjana pada Universitas Sultan Ageng: tidak dipublikasi.

Jurnal :

Utami, Mayrisa Anggun. Martha Tri Lestari dan Berlian Primadani Satria Putri. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran SMB Telkom University Tahun 2015/2016 Melalui Media Sosial *Instagram*. Vol. 15, No. 2 (dalam <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/> diakses pada tanggal 16 September 2019 pukul 10:30 WIB)

Aliansyah, Muhamad Rifqi. Ali, Dini Salmiyah Fithrah. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media *Instagram* (Studi Kasus Forever Young Crew). Vol 4, No. 3 (dalam <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/> diakses pada tanggal 16 September 2019 pukul 13:30 WIB)

Pondaag, Trivena Octaviana. Soegoto, Agus Supandi. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyafashop Melalui *Instagram* Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer di Samarinda. eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 5, Nomor 1, 2017: 13-23 (dalam <http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id> diakses pada tanggal 16 September 2019 pukul15:00 WIB)

Febriani, Mega. (2014). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun *Brand Image* pada Media Sosial *Twitter* @PekanbaruCo. JOM FISIP Volume. 1 No. 02 Oktober 2014 (dalam <https://jom.unri.ac.id/> diakses pada tanggal 16 September 2019 pukul17:40 WIB)

Floreddu, Paola Barbara & Cabiddu, Francesca. (2016). Social Media Communication Strategies. Emerald Group Publishing Limited. Journal of Services Marketing, Vol. 30 Issue: 5, pp.490-503. (<https://www.emerald.com/insight/> diakses pada tanggal 17 September 2019 pukul 20:40 WIB)

Gurău, Călin. (2008). Integrated *Online* Marketing Communication: Implementation and Management. Emerald Group Publishing Limited. Journal of Communication Management, Vol. 12 Issue: 2, pp.169-184. (<https://www.emerald.com/insight/> diakses pada tanggal 17 September 2019 pukul 22:40 WIB)

Carlota Lorenzo-Romero, Efthymios Constantinides, & María-del-Carmen Alarcón-del-Amo. (2014). Social Media as Marketing Strategy An Explorative Study on Adoption and Use. Emerald Group Publishing Limited, Vol. 11 pp.197 – 215. (<https://www.emerald.com/insight/> diakses pada tanggal 18 September 2019 pukul 00:40 WIB)

Sumber Internet :

https://www.liputan6.com/bisnis/read/2213399/cerita-sukses-jk-konversi-minyak-tanah-ke-elpiji?related=dable&utm_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.1&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (Diakses pada tanggal 01 September 2019, pukul 00:11)

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20180627074615-4-20644/polemik-subsidi-lpg-dulu-solusi-kini-perlu-resolusi> (Diakses pada tanggal 01 September 2019, pukul 01:05)

<https://www.pertamina.com/id/news-room/news-release/laris-manis-penjualan-bright-gas-melonjak-2219-persen-selama-tahun-2017-> (Diakses pada tanggal 02 September 2019, pukul 10:25)

<https://www.pertamina.com/id/news-room/announcemen> (Diakses pada tanggal 02 September 2019, pukul 11:25)

<https://republika.co.id/berita/ekonomi/migas/psr4hx383/penjualan-elpiji-nonsubsdi-meningkat> (Diakses pada tanggal 02 September 2019, pukul 10:37)

<https://tirto.id/gaslink-produk-tabung-gas-pgn-pesaing-lpg-czYU> (Diakses pada tanggal 02 September 2019, pukul 12:07)

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum/> (Dikutip pada 14 September 2019, pukul 11:40)

<https://www.indonesiastudents.com/pengertian-tinjauan-pustaka-beserta-manfaat-tinjauan-pustaka-menurut-ahli/> (Dikutip pada 10 Oktober 2019, pukul 20:48)

<https://www.pertamina.com/en/viewarchive/energia-news/pertamina-sukses-meraih-penghargaan-the-2nd-wow-brand-festive-day-2017> (Dikutip pada 07 Januari 2019, pukul 21:58)