**DAFTAR PUSTAKA**

**Arikunto, Suharsimi**. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

**Bilson, Simamora**. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama.

**Brogan, Chris**. 2010. *Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online*.

**Dr. H.A. Rusdiana, M., & Moch. Irfan, S. M**. 2014. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Pustaka Setia.

**Kotler, Philip dan Gary Armstrong**. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan.* Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

**Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller**. 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan*. Jakarta: PT Indeks.

**Littlejhon**. 2009. *Teori Komunikasi Theories Of Human Communication. Diterjemahkan oleh Mohammad Yusuf Hamdan*. Jakarta : Salemba Humanika.

**Mcquail, Denis**.2011. Teori Komunikasi Massa Mcquil. Edisi 6 .Buku I Jakarta: Salemba Humanika.

**Ruslan, Rosady**. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

**Shimp, Terence** A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu  Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

**Silalahi, Ulber**. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Refika Aditama.

**Sugiyono** . 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

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

**Sulianta, Feri.** 2015. *Keaajaiban Sosial Media.* Jakarta: Elex Media Komputindo.

**Arsip:**

*Arsip Internal Panties Pizza.* 2017. Bandung: Panties Pizza.

**Jurnal:**

Ferry. 2016. Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. (Studi Kasus Pada Pelanggan *Suis Butcher* di Setiabudhi Bandung). Skripsi. FISIP, Adm.Bisnis, Universitas Pasundan.

**Internet:**

Big Harry. 2013. Menggunakan Instagram Sebagai Media Pemasaran . *Bhrev* [online]. Melalui <http://www.bhrev.com/menggunakan-instagram-sebagai-media-pemasaran/> diakses pada tanggal 20 April 2016.

Kemendag Republik Indonesia. 2014. Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI. Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. Jakarta.