

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Ardianto, Elvinaro. (2013). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Basu, Swastha. (2000). *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty.
- Burhan, Bungin. (2007). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations (Edisi Kelima)*, Jakarta: Erlangga.
- Littlejohn, Stephen W. (2009). *Teori Komunikasi; Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2012). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Nasrullah, Ruli. (2017). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Soemirat Soleh & Ardianto Elvinaro. (2016). *Dasar-Dasar Public Relation*, Bandung: Rosda Karya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Tambunan, Tulus. (2002). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Jakarta: Salemba Empat.
- Winardi. (1992). *Promosi dan Reklame*. Bandung: Mandar Maju.

#### **Sumber Lain:**

- FISIP, Universitas Pasundan. (2017). *Pedoman Penulisan dan Penyusunan Skripsi*. Bandung: Jurusan Ilmu Komunikasi.
- Hakiki, Rizki. (2016). *Dakwah di Media Sosial: Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar* (Skripsi, Universitas Islam Negeri, Jakarta, Indonesia). Diperoleh melalui <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/32366/1/RIZKI%20HAKIKI.PDF> diakses pada tanggal 22 Februari 2018.
- Matius, Herman. (2016). Diperoleh melalui [https://www.kompasiana.com/herman\\_matius/mengenal-jenis-online-marketplace\\_57c13dba6023bdbd47c0171a](https://www.kompasiana.com/herman_matius/mengenal-jenis-online-marketplace_57c13dba6023bdbd47c0171a) diakses pada tanggal 20 April 2018.

- Merina, Nely. (tanpa tanggal). Diperoleh melalui <http://goukm.id/apa-itu-ukm-ukm-startup/> diakses pada tanggal 26 Februari 2017.
- Rachmaniar. (2017). *Studi Etnografi Virtual Tentang Belajar Bisnis untuk Ibu Rumah Tangga di Saluran Youtube Belajar Berbisnis* (Jurnal, Universitas Padjajaran, Bandung, Indonesia). Diperoleh melalui <http://jurnal.unpad.ac.id/sosio/global/article/view/13311/6131> diakses pada tanggal 21 Januari 2018.
- Reza, Jeko I. (1 Desember 2015). *Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia*. Diperoleh melalui <http://tekno.liputan6.com/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia> diakses pada tanggal 26 Februari 2018.
- Shopee. (2017). *Cerita Kami*. Diperoleh melalui <https://careers.shopee.com/about/> diakses pada tanggal 2 Maret 2018.
- Supriyono, Yonanes A. (2013). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Jejaring Sosial Twitter untuk Promosi Bagi Usaha Kecil Menengah: Studi deskriptif kualitatif tentang pemanfaatan jejaring sosial Twitter untuk promosi bagi usaha kecil menengah di Surabaya Selatan* (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Jawa Timur, Indonesia). Diperoleh melalui <http://eprints.upnjatim.ac.id/5605/1/file1.pdf> diakses pada tanggal 23 Desember 2017.
- Undang – Undang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Nomor 20 Tahun 2008*. (tanpa tanggal). Diperoleh melalui <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu->

bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf diakses pada tanggal 9 Maret 2017

Yudhianto. (27 September 2017). *132 Juta Pengguna Internet Indonesia, 40% Penggila Medsos*. Diperoleh melalui <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-penggila-medsos> diakses pada tanggal 9 Maret 2018.