

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A., & Prasetya, J. T. (2003). *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: Pustaka Setia.
- APJII. (2017, Desember 31). Retrieved from Asosisasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia : <http://apjii.or.id/>
- Ardianto, E. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Jatinangor: Simbiosis Rekatama Media.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Budianto, H. (2011). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya cetakan pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Devito, J. (1997). *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Professional Book.
- Dharmmesta, I. (1990). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberti.
- Hamid, F., & Budianto, H. (2011). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. (2016). STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN LUSCIOUS CHOCOLATE POTATO SNACK. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1 ; Nomor 1* .
- Hidayat, W., & Trigartanti, W. (2015). Strategi Promosi Urban Coulture melalui Media Sosial Instagram dalam Memperkenalkan Produk. *Prosiding Penelitian SPeSIA 2015*.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Erlangga.
- Ilmu Ekonomi ID*. (2017, January 27). Retrieved from <http://www.ilmu-ekonomi-id.com/2017/01/cara-merancang-pesan-dalam-komunikasi-pemasaran.html>

- Intan. (2014, Desember 19). Retrieved from Perpustakaan Kementerian Perdagangan: perpustakaan.kemendag.go.id/bedah-buku-panduan-optimalisasi-media-sosial-untuk-kementerian-perdagangan-ri/
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krisyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Cetak Ke Empat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lee, M., & Jhonson, C. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Moekijat. (2007). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nasional, P. B. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nurudin. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Gajah Grafindo Perkasa.
- Onong Uchjana, E. (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2008). *Riset Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadhan, F. H. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. *JOM FISIP Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017*, 1-15.
- Saladin, D. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, Bandung: Alfabeta.*
- Tabroni, R. (2012). *Komunikasi Politik DI Era Multimedia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- tempo. (2017, Juli Rabu). *tempo.co*. Retrieved from <https://bisnis.tempo.co/read/894605/45-juta-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia>

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Widjaja, A. (1993). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Gramedia.

Yulianita, N. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: P2U LPP UNISBA.