**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku:**

Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metode Penelitian Untuk Publc Relations Kuantitatif Dan Kualitatif.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro. (2016). *Handbook of Public Relations : Pengantar Komprehensif.* Bandung:Simbiosa Rekatama Media.

Benson, Vladlena & Morgan, Stephanie. (2014). *Cutting-Edge Technologies and Social Media Use in Higher Education.* Pennsylvania, U.S.A: Information Science Reference.

Cresswell, John W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research fourth edition.* Boston: Pearson, inc.

Dan Zarella. (2010). *The Social Media Marketing Book.* U.S.A: Oreilly Media.

Fajar, Laksana. (2008). *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hidayat, Dedy N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik.* Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.

Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.* Bandung: Alfabeta.

Kriyantono, Rachmat. (2008). *PR Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporate.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

McQuail, Denis. (1987). *Teori Komunikasi Massa.* Jakarta: Erlangga.

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

Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik.* Bogor: Ghalia Indonesia.

Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

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

Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Nasution, M. N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu.* Bogor: Ghalia Indonesia.

Onggo, Bob Julius. (2004). *Cyber Public Relations.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Rianawati. (2015. Pemanfaatan *New Media* Melalui Aplikasi Gojek (Skripsi). Universitas Pasundan, Program Sarjana Ilmu Komunikasi FISIP, Bandung, Indonesia.

Robinette, Scott. (2001). *Emotion Marketing.* Jakarta: Mc.Grow Hill Book Company.

Ruslan, Rosady. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasi.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sentana, Aso. (2006). *Excellent Service & Customer Satisfaction.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Supriyanto, Aji. (2008). *Pengantar Teknologi Informasi.* Makassar: Salemba Empat.

**Sumber Online:**

Anugerah. (1 Maret 2019). Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya. Liputan 6. Diperoleh melalui https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya diakses pada tanggal 10 Januari 2020.

Instagram. (2019). Diperoleh 11 Januari 2020 dari Wikipedia https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram.

Mudassir, Rayul. (29 Juni 2019). Daftar Pengguna Instagam terbanyak di Dunia, Indonesia di Urutan berapa?. Bisnis.com. Diperoleh melalui https://teknologi.bisnis.com/read/20190629/84/939306/daftar-pengguna-instagram-terbanyak-di-dunia-indonesia-di-urutan-berapa diakses pada tanggal 10 Januari 2020.

Pelanggan. (2019). Diproleh 11 Januari 2020 dari Wikipedia https://id.wikipedia.org/wiki/Pelanggan

Pratnyawan, Agung. (19 Juni 2019). Pengguna Instagram dan Facebook Indonesia terbesar ke 4 di Dunia. Suara.com. Diperoleh melalui https://www.suara.com/tekno/2019/06/19/133252/pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia diakses pada tanggal 10 Januari 2020.

Rahmawati, Dewi. (2016. Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran *Online* Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia)). Diperoleh melalui http://digilib.uin-suka.ac.id/31929/1/14730003\_BAB-I\_IV\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf diakses pada tanggal 5 Januari 2020.

Sanusi. (2015. Peran Media Sosial Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan Studi Kualitatif Twitter Penerbit DIVA Press, Yogyakarta (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia)). Diperoleh melalui http://digilib.uin-suka.ac.id/15589/ diakses pada tanggal 5 Januari 2020.