

## DAFTAR PUSTAKA

- Achsin, Amir. 1980. *Pengelolaan Kelas dan Interaksi Belajar Mengajar*. IKIP Ujung Pandang Press. Ujung Pandang.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi, 2006. “Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik”, Edisi Revisi VI, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Cahyono, Heru. 2017. Kategori Umur menurut Departemen Kesehatan Tahun 2009. Dalam <http://www.herukuncahyono.id/2017/08/kategori-umur.html> diakses tanggal 25 Mei 2018 pukul 21.30 WIB.
- Chris, A. 2011. *Digital Marketing VS Internet Marketing – What is the latest trend?* dalam <http://www.reliablesoft.net/digital-marketing-vs-internet-marketing-what-is-the-latest-trend/> diakses tanggal 22 Mei 2018
- DeMers, Jayson. 2014. *The Top 10 Benefits of Social Media Marketing*. melalui <http://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2014/08/11/the-top-10-benefits-of-social-media-marketing/> diakses 23 Mei 2018 Pukul 13.30 wib
- Djarwanto, PS dan Pangestu Subagyo. 1998. “Statistik Induktif”. Edisi 4, BFFE. Yogyakarta.
- Gunelius, S. 2011. *30 Minutes Social Media Marketing: Step by Step Techniques to Spread the Words about your Business*. New York: McGraw-Hill International Book.
- Ghozali, Imam. 2014. *Ekonometrika Teori, Konsep Dan Aplikasi Dengan IBM SPSS 22*. 10thed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hawkins, D. I., dan Mothersbaugh, D. L. 2010. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Boston: McGraw-Hill/Irwin.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jaafar, S. N., & Laip, P. E. 2012. *Consumers perception, attitudes and purchase intention toward private label product in Malaysia*. *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 2(8), 73-90.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. 2010. *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53, 59 – 68.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *dasar – dasar pemasaran*. Alih bahasa oleh Alexander Sindoro dan Tim Mark Plus. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Kotler, Philip. 2003. *Managemen Pemasaran Analisis,Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi 5. Jilid 2. Jakarta: Prehalindo
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kumoro, Renaldy. 2008. Laporan Skripsi Pengembangan Produk dan Perancangan Strategi Pemasaran Yangko Berdasarkan Preferensi Segmen Pasar Terpilih. Yogyakarta : Jurusan Teknologi Industri Pertanian. Universitas Gadjah Mada.
- Li, Jiangyu & Haibo Yu. 2013. An Innovative Marketing Model Based on AIDA: - A Case from E-bank Campus-marketing by China Construction Bank. dalam *Journal Scientific Research iBusiness*, 2013, 5, 47-51.
- Madar, A., Hazel, H.H., & Ting-Hsiang, T. 2013. *Do Ethical Purchase Intentions Really Lead to Ethical Purchase Behavior? A Case of Animal-Testing Issues in Shampoo*. dalam *International Business Research; Vol. 6, No.7*.
- Mangold, G. W. dan Faulds, D. J. 2009. *Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix*. *Business Horizons*, 52, 357 – 365.
- Meldarianda, R. & Lisan, S. 2010. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Resort Café Bandung. Dalam *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 12(2):97-108.
- Merisavo, M. 2008. *The Interaction between Digital Marketing* (tidak di publikasikan). *HSE Working Papers*, W-452, Helsinki School of Economics.
- Morissan. 2010. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nugroho, Bhuono Agung. 2005. *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Oliver, R.L. 2006. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer*. McGraw-Hill. New York
- Pinkley, D. dan Urban, G. 2003. *Digital Marketing Strategy*. London: Routledge Publishers.
- Safko, L. dan Brake, D. K. 2009. *The Social Media Bible*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Saladin, Djaslim dan Oesman, Yevis Marty. 2002. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. Jakarta: Balai Pustaka
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education
- Simamora, Bilson. 2004. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kesepuluh. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto. 2005. *Metode Riset Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Taksonomi Konseptual*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wijaya, Bambang Sukma. 2011. "The Development of Hierarchy of Effect Model in Advertising". *Journal of Advertising*. Vol 5 No.1.