

DAFTAR PUSTAKA

- Bakker, Anton dan Achmad Charris Zubair. 1992. Metodologi Penelitian Filsafat, Yogyakarta: Kanisius
- Bertens, 2000, Pengantar Etika Bisnis, Yogyakarta: Kanisius
- Bertens, K. Etika. 2007. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Boone, Louis E, David L Kurtz. 2007. Pengantar Bisnis Kontemporer, Edisi ke. Sebelas. Jakarta: Salemba Empat
- Boyd, Harper W. 2000. Manajemen Pemasaran “suatu pendekatan strategis dengan orientasi global”. Jakarta : Erlangga.
- Dewan Periklanan Indonesia. 2014. “Etika Pariwisata Indonesia: Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia”. Jakarta: Dewan Periklanan Indonesia.
- Fuad, M., et al, 2006 Pengantar Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gaspersz, V. 2003. Total Quality Managment. Jakarta: Gramedia Pustaka. Utama.
- Hansen & Mowen. 2001. Manajemen Biaya. (Diterjemahkan oleh: Benyamin. Molan). Buku II, Jakarta :Salemba Empat.
- Boyd, Harper W. dkk, 2000. Manajemen Pemasaran – Suatu Pendekatan. Strategis Dengan Orientasi Global edisi 2 jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Jason. 2012. (2020, Agustus 10) , Social media Explorer: news-and-noise. Definingengagement.
<https://socialmediaexplorer.com/content-sections/news-and-noise/defining-engagement/>
- Jean, Jeremi.1997. Etika dalam iklan, Jurnal Driyakara volume 23 No. 33 (1997): 1-11,1997 :Senat Mahasiswa STF Driyarkara, Jakarta.
- Kaelan, 2005. Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat, Yogyakarta: Paradigma.
- Keraf, Sony. 1993. Etika Bisnis, Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur, Yogyakarta: Kanisius.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 1997. Dasar-Dasar Pemasaran, 7th Edition, Jilid 1 Terjemahan Alexander Sindoro.Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 1994. Dasar-dasar Pemasaran, Edisi ke-6, Jilid 2 .Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip.2003. Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.

Latief, Dockhack. 2006. Etika Bisnis Antara Norma dan realitas, Surakarta : Muhammadiyah University Press

Mangold, W. G. & Faulds, D. J. 2009. Social Media: The New Hybrid Element Of The Promotion Mix. *Business Horizons*, Vol 52, pp 357-365.

Muhaimin, 2011. Perbandingan Praktik Etika Bisnis Etnik Cina dan Pebisnis Lokal. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Murdough, Chris. 2009. Social Media Measurement: It's Not Impossible. *Journal of Interactive Advertising*. Vol 10 No 1. pp 94-99.

Palupi, Dyah Hasto & Teguh Sri Pambudi. 2006. Advertising that Sells. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Peter, J. Paul & Olson Jerry. C. 2000. Customer Behavior: Strategi Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid 2 Edisi 4. Jakarta. Erlangga.

Rindjin, Ketut. 2004. Etika Bisnis dan Implementasinya. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Schramm, Wilbur. 1995. The Process Effect Of Mass Communication, Illinois: University Of Illinois Press Urbana.

Shimp, Terence. 2000. Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran Terpadu, edisi ke-5. Jakarta: Erlangga.

Sondang, Siagian. 1996. Etika Bisnis. Jakarta: Pustaka Binaan Pressindo.

Stelzner, A. Micheal. 2013. *2013 Social media marketing Industry Report: How Marketeers Are Using Social Media to Grow Their Bussinesses*. USA: Social Media Examiner.com

Wahyu. 2019. (2020, Februari 8). Tekno Kompas: Read, Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?: <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>