

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Arikunto, Suharismi. 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bryan, Jennings, and Oliver, Marybath. 2009. *Media Effects in Theory and Research*. New York: Routhledge.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Predana Media.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, W. Stephen. 2009. *Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rossiter, John R., Larry Percy. 1997. *Advertising Communication and Promotion Management*. Second Edition, USA: McGraw-Hill.
- Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Taprial, V. & P. Kanwar. 2012. *Understanding Social Media*. United States: Ventus Publishing
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.

### Situs:

- Luar Biasa, Pengguna Instagram di Indonesia Terbanyak Ketiga di Dunia.  
<http://www.monitorday.com/detail/14921/luar-biasa-pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-ketiga-di-dunia#sthash.ay7800i5.dpuf> diakses pada tanggal 14 Desember 2015.

Beragam Hasil Penelitian Mengenai Iklan Melalui SMS *Mobile Advertising*.

<http://www.harjasaputra.com/riset/beragam-hasil-penelitian-mengenai-iklan-melalui-sms-mobile-advertising.html> diakses pada tanggal 16 Desember 2015.

Indonesia Menjadi Negara dengan *Instagrammer* Terbanyak.

<http://mix.co.id/news-trend/indonesia-menjadi-negara-dengan-instagrammer-terbanyak> diakses pada tanggal 14 Desember 2015.

Indonesia Pasar Terbesar *Online Shopping* di Asia tenggara.

<http://www.dw.com/id/indonesia-pasar-terbesar-online-shopping-di-asia-tenggara/a-18111313> diakses pada tanggal 14 Desember 2015.

*The Top 10 Benefits of Social Media Marketing*.

<http://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2014/08/11/the-top-10-benefits-of-social-mediemarketing/> diakses tanggal 24 Januari 2016.

Liputan #KopdarRpx: SFS, Cara Paling Murah dan Mudah Menambah *Followers* Instagram. <http://startupbisnis.com/liputan-kopdarrrpx-sfs-cara-paling-murah-dan-mudah-menambah-followers-instagram-anda/> diakses pada tanggal 15 Desember 2015

Memperkuat Jaringan Bisnis *Online* dengan Skema SFS Instagram.

<https://www.maxmanroe.com/memperkokoh-jaringan-bisnis-online-lewat-skema-sfs-instagram.html> diakses pada tanggal 15 Desember 2015.

Konsumen Indonesia Mulai Menyukai Belanja *Online*.

<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/konsumen-indonesia-mulai-menyukai-belanja-online.html> diakses pada tanggal 15 Desember 2015.

Tembus 400 Juta, Jumlah Pengguna Instagram 1,5 Kali Penduduk Indonesia.

<http://marketeers.com/article/tembus-400-juta-jumlah-pengguna-instagram-15-kali-penduduk-indonesia.html> diakses pada tanggal 14 Desember 2015.

Pertumbuhan Pengguna Instagram Paling Pesat.

<http://tekno.kompas.com/read/2014/01/26/1404307/Pertumbuhan.Pengguna.Instagram.Paling.Pesat> diakses pada tanggal 14 Desember 2015.

*Shoutout for Shoutout* Strategi Promosi Antar *Online Shop* di Instagram.

<http://bixbux.com/sfs-shoutout-for-shoutout-strategi-promosi-antar-online-shop-di-instagram/> diakses pada tanggal 15 Desember 2015.

Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2015.

<http://wearesocial.sg/> diakses pada tanggal 19 Januari 2016.

Begini Perilaku Belanja *Online* Konsumen Indonesia.

<http://mix.co.id/brand-insight/research/begini-perilaku-belanja-online-konsumen-indonesia> diakses pada tanggal 27 Februari 2016.

Teori Komunikasi S-O-R.

[https://www.academia.edu/11967712/Teori\\_Komunikasi\\_S\\_O.R](https://www.academia.edu/11967712/Teori_Komunikasi_S_O.R) diakses pada tanggal 27 Februari 2016.

Pengaruh Iklan Terhadap Perilaku Pembelian.

<http://www.marketing.co.id/pengaruh-iklan-terhadap-perilaku-pembelian/> diakses pada tanggal 27 Februari 2016

Teknik *Sampling*.

<http://www.eurekapedidikan.com/2015/09/defenisi-sampling-dan-teknik-sampling.html> diakses pada tanggal 27 Februari 2016.

*Social Digital Mobile* Indonesia.

<http://wearesocial.com/blog/2011/12/social-digital-mobile-indonesia> diakses pada tanggal 27 Februari 2016.

Demografi Pengguna Internet Indonesia.

<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150327134253-188-42341/demografi-pengguna-internet-indonesia/> diakses pada tanggal 30 Maret 2016.

Riset Dominasi Pengguna Instagram di Indonesia.

<https://dailysocial.id/post/riset-tns-generasi-terpelajar-dominasi-pengguna-instagram-di-indonesia/> diakses pada tanggal 30 Maret 2016.

*Online Shopping* melalui Media Sosial atau *Ecommerce*.

<http://marketeers.com/article/online-shopping-lewat-media-sosial-atau-situs-e-commerce.html> diakses pada tanggal 30 Maret 2016.

Aktivitas *Marketing* di Ranah Digital.

<http://www.marketing.co.id/aktivitas-marketing-70-dilakukan-di-ranah-digital/> diakses pada tanggal 30 Maret 2016.

*Fashion* adalah Segmen yang Paling Dibeli.

<https://dailysocial.id/post/produk-fashion-adalah-segmen-yang-paling-sering-dibeli-pembelanja-online-jabodetabek/> diakses pada tanggal 1 April 2016.

Belanja *Online* Semakin Populer di Indonesia.

<http://swa.co.id/business-research/mastercard-belanja-online-semakin-populer-di-indonesia> diakses pada tanggal 1 April 2016.

Wanita Indonesia Lebih Sering Belanja *Online*.

<http://wolipop.detik.com/read/2015/01/22/170308/2811168/1141/wanita-indonesia-lebih-sering-belanja-online-dibanding-pria-belum-tentu> diakses pada tanggal 2 April 2016.

Perilaku Konsumen Remaja.

<http://mix.co.id/brand-insight/research/bagaimana-perilaku-konsumen-remaja-terhadap-gadget-dan-social-media> diakses pada tanggal 2 April 2016.

### **Jurnal:**

Bergemann, Dirk and Alessandro. 2011. Targeting in Advertising Markets: Implications for Offline versus Online Media. *Journal of Economics* Vol 42 No. 3, pp 417-443.

Ducoffe, R.H. 1995. How Consumers Assess The Value of Advertising. *Journal of Current Issues and Research in Advertising* pp 1-18.

Ducoffe, R.H. 1996. Advertising Value and Advertising on The Web. *Journal of Advertising Research* pp 21-35.

Ducoffe, R.H. and Eleonora. 2000. Advertising Value and Advertising Processing.

Journal of Marketing Communication pp 247-262.

Kornias, Gustaf and Ruxandra. 2012. Factors Influencing Users Attitude Toward Display Advertising on Facebook.

Lin and Yu Fan. 2009. The Value of and Attitude Toward Sponsored Links for Internet Information Searchers. Journal of Electronic Commerce Research Vol 10 No. 4.

Mangold, Glynn and David. 2009. Social Media: The New Hybrid Element of The Promotion Mix. Kelley School of Business, Indiana University. Pp 357-365

Pavlou, A. and David. 2000. Measuring The Effects and Effectiveness of Interactive Advertising: A Research Agenda. Journal of Interactive Advertising Vol 1 No. 1.