

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence. *Periklanan Promosi & amp; Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran*. Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga, 2003.
- . *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Aan, Komariah, dan Djam'an Satori. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Agustina, Shinta. *Manajemen Pemasaran*, Malang: UB Press. 2011.
- Amstrong, G., dan Kotler, P. *Prinsip-prinsip pemasaran*. cetakan pertama. Jakarta:Erlangga, 1997.
- Andreas, Kaplan M., dan Haenlein Michael. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". *Business Horizons* 53 (1) (2010) :60-61.
- Ansari, R. "Strategi komunikasi pemasaran melalui media online dan tingkat kepuasan membeli studi korelasional tentang strategi penjualan produk fashion melalui instagram terhadap kepuasan membeli mahasiswa FISIP USU". (2013):7
- Ardianto dan Erdinaya. *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : simbiosis, 2004.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers, 2013.
- Atmoko Dwi, Bambang. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita, 2012.
- Bagong, Suyanto. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Betari, Kiranasari. "Faktor-faktor yang Menentukan Online Seller Memilih Situs Jejaring Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop." (2014)

- Boone, Louis E., dan Kurtz, David L. *Pengantar Bisnis*. Jilid 1. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Boyd, S. *Personality Disorders Assessment Instruments*. New York: Oxford University Press, 2009.
- Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Daryanto. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. 2011.
- Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln (eds.). *Handbook of Qualitative Research*. Terj. Dariyatno dkk. Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Djaslim, Saladin Yevis Marty Oesman. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung : Linda Karya, 2002.
- . *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju, 1991.
- Effendy, Onong. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT.Rosdakarya, 2000.
- Fill, C. *Marketing Communications: Contexts, Contents, and Strategies* . Herthfordshire: Prentice Hall, 2006.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE, 2000.
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga, 2005.
- Haenlein, Michael. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons, 2010.
- Harahap, S., dan Rotinsulu. "Citra Merek, Ekuitas Merk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Indomie di Kecamatan Malalayang I Barat Manado". *Jurnal EMBA*. 2014.

- Hasan, Ali. *Marketing*. Yogyakarta: MedPress. 2009.
- . *Marketing*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service). 2013.
- Henderi, Muhammad Yusup, dan Yuliana Isma Graha. *Pengertian Media Sosial*. 2007. Web. 21 Apr. 2020.
<<http://wlipurn.blogspot.co.id/2017/04/wlipurn.html>>
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Ilham, Prisgunanto. *Komunikasi Pemasaran, Strategi dan Taktik*. Jakarta. Ghalia Indonesia. 2006.
- Ishak Asmai, dan Luthfi, Zhafitri. "Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas," *Studi Tentang Peran Media Switching Cost* 15 2011: 56-57.
- K. Yin, Robert. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2013.
- . *Studi Kasus*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997.
- Kennedy, John E., dan R. Dermawan Soemanagara. *Marketing Communication: Taktik & Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Komputer, 2006.
- Kirk dan miller dalam Lexy, Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Roskarya, 2005.
- Kotler, Philip. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta : Prenhalindo. 2000.
- . *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2006.
- . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2007.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2008.

- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2004.
- Krisyanto, Rachmat. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2007.
- . *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group, 2009.
- Liang, T.-P. & Turban, E. "Introduction to the special issue social commerce: a research framework for social commerce." *International Journal F Electronic Commerce* 16 (2011): 5–14.
- Lofland, John dan Lyn.H.Lofland. *Analyzing Social Settings*. California: Wadsworth Publishing Company, 1984.
- M. Nisrina. *Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis, 2015.
- Miliza, Ghazali. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House, 2016.
- Moleong, Lexy J.. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- . *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Nadeem, M. "Customer loyalty at any cost ; why is social media poorly integrated with marketing strategy." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 5 (2015): 78–96.
- Natarajan, R., dan Sudha,V. "A Relationship between Brand Image and Brand Loyalty (A Study with Reference to FMCG Consumers in Vellore District)." *Journal of Economic and Business Review* 4 (2016): 139-142.
- Nawawi, Hadari dan M. Martini Hadari. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006.

- Pakar Komunikasi. "Peranan Media Sosial." 2017. Web. 06 Mei. 2020.
<<https://pakarkomunikasi.com/peranan-media-sosial-dalam-masyarakat>>
- Puntoadi, Danis. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo, 2011.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. "Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi." Vol. 12 (2017) :216.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh. Analisis Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated*. 2009.
- Rhenald, Kasali. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Sanapian, Faisol. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar Aplikasi*. Malang: IKIP, 1999.
- Severin, J Werner dan James W. Tankard Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media Group, 2008.
- Solomon, Michael R. *Consumer Behavior (Buying, Having, and Being)*. New Jersey: Pearson, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- . *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sulianta, Feri. *Keajaiban Media Sosial*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015.

- . *Web Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009.
- Sumaatmadja, Nursid. *Metodologi Pengajaran Geografi*. Jakarta: Bumi Aksara. 2001.
- Susatyo, Herlambang. *Basic Marketing*. Yogyakarta : gosyen Publishing, 2014.
- Swastha., dan Handoko., dalam Riyadi., Joko. *Lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas konsumen*. 2004.
- Syaibani, Yunus Ahmad. *New Media Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Lindu Pustaka, 2011.
- Tandiarruan, Ela Dik Roth Sri, “Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Informasi dan non-Informasi dengan Brand Association” (2013): 4.
- Tenia, Hilda. “Pengertian Media Sosial.” 2017. Web, 21 Apr. 2020
<<https://www.kata.co.id/Pengertian/Media-Sosial/879>>
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy, 2000.
- . *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- . *Pemasaran Jasa*. Malang : Banyumedia. 2007.
- . *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy, 2008.
- West Richard dan Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. 2008.
- Widyastuti. “Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 3 (2014).
- Wijaya, Sukma Bambang. “Model Komunikasi Berasa Dalam Pemasaran Studi Mengenai Iklan Ambient Media Dalam Meraih Kepercayaan Khalayak Konsumen.” *Journal Communication Spectrum* 1 (2011).
- Zarella, Dan. *The Social Media Marketing Book*. USA: Oreilly Media. 2010.