

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Wibowo Lili & Juni Priansa Donni (2017). Manajemen Komunikasi dan Pemasaran. Bandung: Alfabeta,
- Asriani, A. (2013). Pemanfaatan Internet Marketing dalam Pemasaran Produk Unggulan Pertanian Provinsi Gorontalo. Jurnal Komunikasi KAREBA No. 3 Vol. 1 , 249 - 257.
- Bloom dan Louise N. Boone. (2006). Strategi Pemasaran Produk: 18 Langkah Membangun Jaring Pemasaran Produk Yang Kokoh. Prestasi Pustaka, Jakarta.
- Hasanah, Ratih (2013). Strategi Komunikasi Pemasaran Keripik Maicih di Twitter. Anzdoc.
- Gunelius, Susan. 2011. 30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies.
- Irbah, Haryani (2015). Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Band Indie Mustache And Beard. Semantic Scholar.
- Morissan (2010). Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana.
- Mangold, W. G., dan Faulds, D. J. (2009). Social Media: The New Hybrid Element of The Promotion Mix. Business Horizon, 52, 357-365.
- Puntoadi, Danis, 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Social Media, PT Elex Komputindo, Jakarta
- Malita, Laura, 2011, Social Media Time Management Tolls dan Tips, Procedia Computer Science 3, 747-753.
- Griffin, (2005), Customer Loyalty, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Gramer dan Brown. (2006). Analisis Terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada operator telepon seluler. Tesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.

- Zeithaml, Bitner, dan Gremler. (2009). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. (2011). *Pemasaran Jasa*. edisi 7. Erlangga: Jakarta
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Shimp, Terence A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*, 8e. South-Western: Cengage Learning.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Netherlands: SAGE Publications, Ltd.
- Bolter, Jay David and Richard Grusin. 2000. *Remediation, Understanding New Media*. Massacusetete : MIT Press.
- Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Heryanto, Gun Gun (2018). *Media Komunikasi Politik*. IRCiSoD.
- Pasek, I Ketut (2019) Efektivitas Pemasaran Jasa Photography Melalui Media Sosial Instagram di Bali. (web) Diakses 27 Januari 2022.
- Herlina, Rita (2020) Pemanfaatan Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Pada Wedding Photography Nesnumoto Bandung. (<https://raharja.ac.id>) diakses 27 Januari 2022.
- Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss (Tahun Buku luar) *Theories of Human Communication*, 9th ed : Salemba Humanika.
- McQuail, Denis (2012) *Teori komunikasi massa* : Salemba Humanika.
- Nadira, Nurul (2014) *New Media (definisi, pandangan, manfaat, komponen, dan menganalisa serta menjelaskan fitur dari new media)*. (<https://shaktidarikhwan.wordpress.com/2014/09/29/new-media-definisi-pandangan-manfaat-komponen-aplikasi-dan-menganalisa-serta-menjelaskan-fitur-dari-new-media/>) Diakses 27 Januari 2022
- Martin (2014) *Mengenal undang-undang perdagangan dalam bisnis online* (<https://ukirama.com/en/blogs/mengenal-undang-undang-perdagangan-dalam-bisnis-online>) Diakses 27 Januari 2022