# DAFTAR PUSTAKA


Belch, G dan Belch, M (2004). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspect: McGraw Hills Company.

Chitty W. et.al., (2008). Integrated Marketing Communications. Australia: Cengage Learning.

Durianto, D. (2004). Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuisitas dan Perilaku Merek. Jakarta: Gramedia.

Fill, C (2009). Marketing Communication: Interactivity, Communities, and Content. England: Pearson Education Limited.

Getz, D (2007). Events Studies, Theory, Research and Policy For Planned Event. New York: Cognizant Communication.

Kaplan, A M & Haenlein, M (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. Business Horizons, Vol. 53 No. 1, pp. 59-68

Kotler, P. & Keller, K (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarat: Erlangga.

Machfoedz, M (2010). Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta: Cakra Ilmu.

Mohammed, R A, et al. (2003). Internet Marketing Building Advantage In A Nerworked Economy, Second Edition. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Moleong, L J (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2004). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Muqaffi, A (2017). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Proses Rekruitmen Batch 3 Mahar Agung Organizer. Skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya.

Peter, J P dan Olson. 2000. Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Erlangga

Powers, T, et.al., (2012). Digital and Social Media in The Purchase Decision Process. Journal of Advertising Research.

Prisgunanto, I. (2006). Komunikasi Pemasaran. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Rangkuti, F (2002). Measuring Customer Satisfaction. Jakart: Gramedia Pustaka Utama.

Kasali, R (1995). Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.

Ruslan, (2010) Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada..

Shimp, T A (2003). Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, F (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI

**Online:**

Pratomo, T. (2019). APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa. [Diakses 09 September 2019]. https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa.

CNN Indonesia (2018). 3,9 Miliar Orang di Dunia Telah Terhubung Internet. [Diakses 10 September 2019]. https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181210094556-192-352374/39-miliar-orang-di-dunia-telah-terhubung-internet.

Sitorus, Ropesta (2016). Peluang Untung dari Bisnis Wedding Organizer. [Diakses 09 September 2019]. https://entrepreneur.bisnis.com/read/20160129/263/514402/peluang-untung-dari-bisnis-wedding-organizer

Yudistira, Y. (2019). Ukur Untung Bisnis Pernikahan. [Diakses 09 September 2019]. https://www.cnbcindonesia.com/investment/20190214160155-23-55556/ukur-untung-bisnis-pernikahan

Bohang, F. K. (2018). Juni 2018, Pengguna Aktif Instagram Tembus 1 Miliar. [Diakses 09 September 2019]. https://tekno.kompas.com/read/2018/06/21/10280037/juni-2018-pengguna-aktif-instagram-tembus-1-miliar

Putri (2017). BKKBN: Usia Pernikahan Ideal Berkisar 21-25 Tahun. [Diakses 09 September 2019]. https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/17/03/06/omduca359-bkkbn-usia-pernikahan-ideal-berkisar-2125-tahun