

Daftar Pustaka

Books

- Belch&Belch, 2004, *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective*, McGraw Hills Companies, New York.
- Bloom,PN, Boone, LN, *Strategi Pemasaran Produk*, 2006, Prestasi Pustaka, Jakarta.
- Cangara, H 2013, *Perencanaan&Strategi Komunikasi*, Rajagrafindo Persada, Depok.
- Dann, S Dann, S 2011, *E-Marketing Theory and Application*, Palgrave Macmilan, UK.
- Diggs, K 2015, *Reaching the Finish Line : A Practical tod Discovering the Champion in You*, James Publishing, New York.
- Daymon, Holloway, 2008, *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*, Bentang, Yogyakarta.
- Fill, C 2009, *Marketing Communication : Interactivity, Communities, and Content*, 5th edn, Prentice Hall, Inggris.
- Hasson, B 2008, *Fashion Branding : 7 Jurus Sukses Branding Bisnis MLM Fashion*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kanuk,L Schiffman, L 2004, *Consumer Behavior*, Peason Education, New Jersey.
- Kurniali, S 2009, *Step by Step Facebook*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kotler, P 2007, *Marketing Management*, New Jersey, Prentice Hall.
- Kotler, P Gary, A 2001, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2*, Erlangga, Jakarta.
- Lee, O 2001, *Internet Marketing Research : Theory and Practice*, Idea Group Publishing, America.
- Milles, M.B. and Huberman, M.A, 1994, *Qualitative Data Analysis*, Sage Publication, London.
- Machfoedz, M, 2010, *Komunikasi Pemasaran Modern*, Cakra Ilmu. Yogyakarta.
- Nugraha, U 2008, *Wealth Management*, Gramedia, Jakarta.
- Pawito 2008, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, LKIS Pelangi Aksara, Yogyakarta.
- Pawitra, T 2004, „*ECommerce marketing : business imperative for superior customer value*”, dalam A.B Susanto dkk, *Value Marketing Paradigma Baru Pemasaran*, Mizan Media Utama, Bandung.
- Percy, L 2008, *Strategi Integrated Marketing Communication*, Elsevier, Canada.
- Piacentini, M, Szmigin, I 2015, *Consumer Behaviour*, Oxford University Press, Britain.
- Ramadhan, A 2005, *Internet Dan Aplikasinya*, Gramedia, Jakarta.

- Rangkuti, F 2009, *Strategi Promosi Yang Kreatif : Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Santoso, T 2011, *Marketing Strategic : Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*, Oryza, Yogyakarta.
- Semiawan, CR 2010, *Metode Penelitian Kualitatif*, Grafindo, Jakarta.
- Setiadi, NJ 2001, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Shimp, T 2008 *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*, USA.
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Alfabeta, Bandung.
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Rosdakarya, Bandung.
- Supardi, Y 2009, *Internet Untuk Segala Kebutuhan*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Soemanagara, RD, 2006, *Strategic Internet Marketing : Konsep Strategis dan Terapan*, Alfabeta, Bandung.
- Strydom, J 2004, *Introducing to Marketing*, Juta and Co, South Africa.
- Sipayung, HH 2011, *Cara Gila Menjual Lewat Internet*, Mizan, Jakarta.
- Tan, I 2009, *Meraup Uang dari Bisnis Online : Menjadi Kaya Melalui Blog dan Websites Anda*, Libri, Jakarta.
- Tjiptono, F, Chandra, G & Adriana, D 2008, *Pemasaran Strategik*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Ustadiyanto, R 2002, *Strategi Serangan Internet Marketing*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wong, J 2010, *Internet Marketing for Begginers*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Yuswohady, 2008, *"Crowd : Marketing Becomes Horizontal"*, Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Zaki, A, 2008, *7 CMS Pilihan Untuk Internet Marketing*, Elex Media Komputindo, Jakarta.

Online Website

- Aidie, 2009, *Web 2.0* diakses pada 4 Mei 2014 melalui <http://www.scribd.com/doc/29843504/WEB-2-0>
- Aminoto, C 2012, *Analisis data penelitian kualitatif*, diakses pada tanggal 4 Mei 2014, melalui <http://www.menulisproposalpenelitian.com/2012/07/analisi-data-kualitatif-model-spradley.html>

- Aminoto, C 2011, "*Metode pengumpulan data kualitatif*", diakses 21 April 2014 melalui <http://www.menulisproposalphelitian.com/2011/01/metode-pengumpulan-data.html>.
- Antonius, W 2014, "Awal Mula New Media dan Penggunaannya" diakses pada 29-04-2014 dalam <http://komunikasi.us/index.php/course/perkembangan-teknologi-komunikasi/1218-awal-mula-new-media-dan-penggunaan-nya>
- Elhabsyi, H 2014, '*Indonesia menjadi faktor melesatnya instagram*', diakses pada 4 Mei 2014 melalui <http://kotalangit.com/indonesia-menjadi-faktor-melesatnya-instagram/>
- Fitri, I 2010, "*Metode Penelitian*", diakses 21 April 2014 melalui <http://digilib.unpas.ac.id/download>
- Hermawan, E 2013, '*Keuntungan social media*', diakses pada 5 Mei 2014 melalui <http://www.buluxshero.com/2013/11/keuntungan-social-media.html>
- Ingari, F 1999, „*The Internet as a Marketing Medium*“ diakses pada 8 Oktober 2014 melalui <http://www.strategy-business.com/article/13669?gko=931fd>
- Mangkoko, 2014, „*Biarkan Warna Berbicara*“ diakses pada 5 Juni 2015 melalui http://mangkoko.com/ruang_baca/psikologi-warna-biarkan-warna-berbicara diakses pada 12-05-2015
- Meipratomo, A 2013, '*Internet marketing*', diakses pada 4 Mei 2014 melalui <http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/2013/10/31/internet-marketing-605543.html>
- Navinot, 2009, '*Social media marketing : fish were the fish are*', diakses pada 5 Mei 2014 melalui <http://www.navinot.com/2009/05/01/social-media-marketing-fish-where-the-fish-are/>
- News Wire, DS 2012, Dealgoing : Kunjungi Situs Belanja Online Setiap Hari Mencapai 73% diakses pada 15 Oktober 2014 melalui <http://wire.dailysocial.net/?p=433>
- Nisaputra, R 2013, '*36 juta jiwa aktif menggunakan bisnis*', diakses pada 6 Mei 2014 melalui <http://www.lintas.me/bisnis/inspirasi/laptopbunda.com/36-juta-jiwa-aktif-menggunakan-bisnis>
- Izwanti, A, 2008, "*Pembangunan Blog dan Laman Web*", diakses 13 April 2014 melalui <http://www.scribd.com/doc/29843504/WEB-2-0>
- Katanatalius, 2012, "*Jejaring Sosial Sebagai Sarana Pemasaran*", diakses 21 April 2014 melalui <http://www.katanatalius.com/2012/11/jejaring-sosial-sebagai-sarana-pemasaran.html>

- Pitoyo, A 2014, “*Jumlah pengguna internet Indonesia capai 71,19 juta pada 2013*”, diakses pada 13 April 2014, melalui <http://www.merdeka.com/teknologi/jumlah-pengguna-internet-indonesia-capai-7119-juta-pada-2013.html>
- Rasyid, F 2009, “*Social media marketing definisi konsep dan aplikasinya*”, diakses pada 5 Mei 2014 melalui <http://fikrirasyid.com/social-media-marketing-definisi-konsep-dan-aplikasinya/>
- Ruslani, “*Sejarah Perkembangan Internet Di Indonesia*” diakses pada 8 Oktober 2014 melalui <http://www.ruslani.com/sejarah-internet-indonesia.html>
- Samino, 2013, “*Demam Instagram*” diakses pada 13 April 2014 melalui <http://teknologi.kompasiana.com/internet/2013/11/09/demam-instagram-609179.html>
- Triananda, K 2014, “*Hemat Waktu Alasan Orang Berbelanja “Online”*”, diakses 14 April 2014 melalui <http://www.beritasatu.com/ipitek/175086-hemat-waktu-alasan-orang-berbelanja-online.html>
- Wijaya, A 2008, “*Belanja via Internet Meningkat*”, diakses pada 13 April 2014 melalui <http://www.tempo.co/read/news/2008/03/05/056118641/Belanja-via-Internet-Meningkat>.
- Widisudharta, 2010, “*Metodologi Penelitian*”, diakses 21 April 2014, melalui <http://widisudharta.weebly.com/metode-penelitian-skripsi>
- www.instagram.com
- www.twitter.com
- www.facebook.com

Magazine

- Marketeers, 2013, “*Tiga Jenis Produk Paling Sering Dibeli Konsumen Secara Online*”, diakses pada 14 April 2014 melalui <http://www.the-marketeers.com>

Skripsi

- Avicenna, F 2014, *Gelombang Baru Komunikasi Pemasaran di Media Sosial : Shout for Shout Pada Akun Instagram di Era Pemasaran 3.0*, Skripsi, Universitas Brawijaya, Malang.
- Dyah, SA 2014, *Studi Elaboration Likelihood Model Pada Pengaruh Selebgram (Selebriti Endorse Instagram) Terhadap Minat Pembelian dalam Media Sosial Instagram (Studi Eksplanatif pada Followers Selebgram @Joyagh)*, Skripsi, Universitas Brawijaya, Malang.

Miranti, TAR 2012, „Strategi Komunikasi Pemasaran Butik *Online* di Surabaya melalui *facebook*“, Skripsi, Universitas Airlangga.

Nasiha, S 2010, „Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mengokohkan Brand Dagadu Djokdja“, Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Journal

Kusumawati, A, Kumadji, S, Ekawati M 2014, Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Pengetahuan Konsumen Serta Dampak Pada Keputusan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.14, No.2.

McCracken, G 1989, Who Is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process, *Journal of Consumer Research*, Vol.16, 310-32.

Raluca, CA 2012, Celebrity Endorsement Strategy, *Journal of Economic Series*, Vol.3,75-79.

