

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, AbudanPrasetya, Joko Tri. 2003.*StrategiBelajarMengajar*. Jakarta: PustakaSetia.
- Ardianto, Elvinaro. 2016. *MetodologiPenelitianUntuk Public Relations*. Bandung: Simbiosia.
- Asmajasari, Magdalena. 1997. *Study PeriklananDalamPerspektif KomunikasiPemasaran*. Malang : UMM Press.
- Assael, H. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Action*.Fourth Edition. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Bungin, Burhan. 2007. *PenelitianKualitatif :Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan. Publik, danIlmuSosialLainnya*. Jakarta: KencanaPrenada
- Creswell, John W. 2003. *Research Design: qualitative, quantitative, and method approached*. California. Sage Publication, Inc.
- Dani, Irwan. 2009. *BagaimanaMemperbaikiPemasaranAnda*. Jakarta:Friedrich Ebert Stiffung.
- Indriantoro, NurdanSupomo, Bambang.2013. *MetodologiPenelitianBisnisUntukAkuntansi&Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.

Jalalludin, Rahmat. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Kotler, Philip . 2013. *Dasar-dasar Pemasaran, jilid ke-2*. Jakarta: Intermedia.

Kotler, Philip dan Amstrong, Garry. 2003. *Marketing Insight from A to Z*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan*. Jakarta: PT Indeks.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.

Lamb, Charles W. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Moore, H. Frazier. 2005. *Humas; Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : LKIS.

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi ketiga. Jakarta: Balai Pustaka.

Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Rusyan, A. Tabani,dkk. 2002.*Pendekatandalam Proses BelajarMengajar*
Bandung: PT RemajaRosdakarya.

Shimp, Terence A. 2000.
PeriklananPromosi;AspekTambahanKomunikasiPemasaranTerpadu.
Jakarta: Erlangga.

Shimp, Terence A. 2003. *PeriklananPromosiAspekTambahanKomunikasi
PemasaranTerpadu Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Singarimbun, MasridanSofian Effendi.2001. *MetodePenelitianSurvei*, Jakarta:
LP3ES.

Swastha DH, Basu. 2004. *Azas-azas Marketing*, cet. ke-3.Yogyakarta: Liberty.

Syah, Muhibbin. 2005. *PsikologiPendidikandenganPendekatanBaru*. Bandung:
RemajaRosdakarya.

Tjiptono, Fandy. 1998. *StrategiPemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Winardi, 2012.*PromosidanReklame*. Bandung: MandarMaju.

<http://id.wikipedia.kelebihandankekuranganinstagram>, diakses pada tanggal 15
November 2019

Jurnal:

Deru R. Indikadan Cindy Jovita(2017) “Media
SosialInstagramSebagaiSaranaPromosiUntukMeningkatkanMinatBeliKons

umen” *Jurnal Bisnis Terapan* ISSN 2580 - 4928 25 Volume 01, Nomor 01, Juni 2017.

Mikharisti Tampubolon, Yuliani Rachma Putri, dan Nur Atnan (2016)
“Strategi Promosi Coffee Shop Melalui Media Sosial Instagram
(Studi Deskriptif Pada Akun @Crematology)”, *e-Proceeding of
Management* : Vol.3, No.2 Agustus 2016 | Page 2421.

Nurjanah (2017) “Pemanfaatan Media
Sosial Masyarakat Sadar Wisata Dalam Mempromosikan Potensi Wisata Baru”
Medium Volume 6 Nomor 2 ISSN: 2303-0194 E-ISNN: 2615-1308 39.

Rahmi Fauziah, A. Ratna Mulyani, AA. Kusumadinata (2018)
“Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan
Instagram Media Sosial” *Jurnal Komunikatio* Volume 4 Nomor 1, April
2018.

Rian Fadli dan Evawani Elysa Lubis (2018) “Pemanfaatan Media
Sosial Instagram Akun
@Vapormxpku Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan” *JOM FISIP* Vol. 5:
Edisi II Juli – Desember 2018 Page 13 bisnis..