

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers
- Assauri Sofjan. 2014. Manajemen Pemasaran. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Broto, G. S. (2014). *Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet*. Diakses pada 29 November 2017.
Dari:https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO-2-2014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran_pers
- Buchari, Alma, 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : CV. Alfabeta
- Doub,A.E. et al.2015.Mobile app-etite:Consumer attitudes towards and use of mobile technology in the context of eating behavior.Journal of Direct,Data and Digital Marketing Practice.VOL.17 NO.2 PP 114-129.
- Faraz Farooq, Zohaib Jan .2012.The Impact of Social Networking to Influence Marketing through Product Reviews , Emerald Group Publishing Limited ISSN 2223-4985
- Hair et al. (2010). Multivariate Data Analysis, Seventh Edition. Pearson Prentice Hall.

Harris, Asriyadi. 2011. Pengaruh Substitusi Ubi Jalar (*Ipomea batatas*) dengan Susu Skim terhadap Pembuatan Es Krim. Skripsi. Makassar: Fakultas Pertanian, Universitas Hassanudin.

Jogiyanto, H. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman Edisi 6*. Yogyakarta: BPFE

Kasali, R. (2005). *Membidik Pasar Indonesia (Segmentasi, Targeting, dan Positioning)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Susanto, A.S. (2013). Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). *Jurnal JIBEKA*, 1-6.

Taher, E. (2017, Oktober 20). *4 Karakteristik Millennial Yang Perlu Diketahui Bagian Pemasaran*. Diakses pada 29 November 2017. Diambil kembali dari : <https://id.techinasia.com/4-karakteristik-millennial>

Taskin, C., & Emel, G. G. (2008). Segmentation Of Online Shoppers By Means Of An Integrated Data Mining Approach : A CASE STUDY. *The Journal of Industrial Relations and Human Resources*.

Vinerean, S., Cetina, I., Dumitrescu, L., & Tichindelean, M. (2013). The Effects of Social Media Marketing on Online Consumer Behavior. *International Journal of Business and Management*.

