

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta,
- Dharmmesta, B.S. dan Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Ekasari, N. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosia Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, Volume 16, Nomor 2, Hal.81-102.
- Fahmi, A.B. (2011). *Mencerna Situs Jejaring Sosial*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. USA: McGraw-Hill.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman*. Edisi Kelima. Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Khoerunnikmah, I. (2018). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi kasus pada konsumen *Toko Sinar Muda Busa*). *e-Jurnal Riset Manajemen*.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke-13. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. Global Edition. United States of America: Pearson Education Limited.
- Kuspriyono, T. (2017). Pengaruh Promosi *Online* dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar. *Perspektif*, Vol. XV, No. 2.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mileva, L. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei *Online* pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan *LINE*). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 58, No. 1 Mei 2018, hal. 190-199.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekata Media.
- Pamungkas, B.A. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Komunikasi*, Vol. X, No. 02, September 2016: 145-160.
- Rangkuti, F. (2010). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, S. (2014). *Panduan Lengkap SPSS versi 20*. Edisi Revisi. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan Ke-4. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Edisi II. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N. & Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Swasta, B. dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.

<https://techno.okezone.com/read/2018/03/13/207/1872093/ini-jumlah-total-pengguna-media-sosial-di-indonesia>, diakses pada tanggal 4 Oktober 2018.

<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>, diakses pada tanggal 4 Oktober 2018.

