

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. Manajemen Pemasaran Strategis. Jakarta: Salemba Empat
- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis, 2015, Manajemen Pemasaran, Raja Grafindo Persda, Depok.
- Ahmed, M.A., & Zahid, Z. (2014). Role of social media marketing to enhance CRM and brand equity in terms of purchase intention. *Asian Journal of Management Research*, 4(3), 533-549.
- Alma, Buchari, 2013, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.
- Arief Rahmana, “Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Informasi Terdepan tentang Usaha Kecil Menengah” dalam <http://infoukm.wordpress.com> diakses pada 15 Februari 2018 pukul 21.40 WIB
- Arya Wiraraja, “Kenalkan Kearifan Lokal via Facebook dalam <http://enciety.co/kenalkan-kearifan-lokal-via-facebook/>, diakses pada 08 Januari 2018 pukul 21.00 WIB
- Atmoko, Bambang Dwi, 2012. Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita
- Awareness. 2008b. Social media marketing: Integrating social media in your marketing mix.: <http://www.awarenessnetworks.com/resources/IntegratingSocialMedia.pdf> (accessed July 24, 2018).
- Blackshaw, P., and M. Nazzaro. 2006. Consumer-generated media (CGM) 101 word-of-mouth in the age of the Web-fortified consumer. 2nd ed. New York: BuzzMetrics, Inc

- Blakeman, R. (2018). *Integrated marketing communication: creative strategy from idea to implementation*. Rowman & Littlefield.
- Chaffey, Dave. 2015. *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. England: Pearson Education Limited
- Clemons, E. K. 2009. The complex problem of monetizing virtual electronic social networks. *Decision Support Systems* 48:46–56. Communications.” *Journal of Advertising* 36: 35-50.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Hani T Handoko. Yogyakarta : BPFE Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Cetakan Kelima.
- Durianto, Darmadi, dkk. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : Penerbit PT.Gramedia Pustaka Utama
- Gunelius, Susan. 2011. *30 Minute Social Media Marketing*. United States : McGraw Hill
- Hermawan, Agus. 2007. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Hossain, M., Kabir, S., & Rezvi, R. I. (2017). “Influence of the integrated marketing communication on brand orientation and market orientation: a literature review”. *Australian Journal of Business Science Design & Literature*, 10(1).
- Husnain, A., Din, S. M. U., Hussain, G., & Ghayor, Y. (2017). *Estimating Market Trends By Clustering Social Media Reviews*. 13th International Conference on Emerging Technologies (ICET), 1-6.

- Kotler, Keller, 2012, Manajemen Pemasaran, Penerbit: Erlangga, Jakarta. Sutojo
- Kotler, P., Kertajaya, H., Setiawan, I. 2010. Marketing 3.0. Alih Bahasa : Dian Wulandari. Jakarta: PT. Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Diterjemahkan oleh : Bob Sabran. Edisi kedua belas. Jilid 2. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga Belas). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 1997. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Kusniadji, Suherman, “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)”, dalam Jurnal Komunikasi, Vol. 8, No. 1, Juli 2017.
- Mangold, W. G. & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52, 357-365.
- Mollen, A., & Wilson, H. (2010). Engagement, telepresence and interactivity in daring consumer experience: Reconciling scholastic and managerial perspectives.
- Monica Utari, “Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya”. *Jurnal Ilmu Komunikasi FISIP*, Vol.4 No.2, Oktober 2017

- Morissan. 2015. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Muhammad, Nisrina. 2015. Manfaat Sosial Media Dalam Meraup Uang. Yogyakarta: Kobis
- Nisal Rochana Gunawardane. 2015. "Impact of Brand Equity Towards Purchasing Decision : A Situation on Mobile Telecommunication Services of Sri Lanka". Journal of Marketing Management. Vol.3, Pp 100-117
- Patterson, P., Yu, T., & De, R.K. (2006). Understanding customer engagement in services. Advancing theory, maintaining relevance, Proceedings of Australian and New Zealand Marketing Academy (ANZMAC) 2006 conference. Brisbane.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. Marketing Management. 13th Edition, Erlangga, Jakarta, 2009.
- Qurniawati, 2015, THEORITICAL REVIEW: PEMASARAN MEDIA SOSIAL
- Rachmawati, Fitri (2018) Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM)
- Rangkuti, F redy. 2007. Measuring Customer Satisfaction. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Red Bridge Marketing. (2008). Social Network Marketing: The Basics.
- Roberts, R. R., and J. Kraynak. 2008. Walk like a giant, sell like a madman. Hoboken, NJ: Wiley.

- rudyanto. (2018). PENGARUH PEMASARAN JEJARING MEDIA SOSIALDANKETERKAITAN KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua, 2009, Creative Digital Marketing, Elex Media Komputindo, Jakarta. Shahrudin, Mohd Rizaimy, Abdul Sabur bin Ismail, Suhardi Wan Mansor, Samsul Janel Elias, Muna Abdul Jalil, and Maznah Wan Omar, 2011, Innovative Food and Its Effects Toward Consumers' Purchase Intention of Fast Food Product. Journal Canadian Social Science, Vol. 7, No. 1., pp. 110-118
- Schau, H., & Gilly, M. (2003). We are what we post? Selfpresentation in personal web space. Journal of Consumer Research, 30, 385–404.
- Sedley, R., & Perks, M. (2008). Six theses on digital customer engagement in a troubled economy.
- Shimp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Sorenson, S., & Adkins, A. (2014). Why Customer Engagement Matters So Much Now. Available
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R &D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2013. Perilaku Konsumen. Bogor : Ghalia Indonesia
- Surachman, S.A. 2008. Dasar-dasar Manajemen Merek. Malang : Bayumedia Publishing
- Tjiptono, Fandy & Diana. Anastasia. 2007. E-Business, Yogyakarta : Andi
- Sugiyono. (2001). Perilaku Pembelian Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: Rosda Karya.
- Zainal Muttaqin, "Facebook Marketing Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern", Jurnal Sistem Informasi, Vol. 1 No. 2, Juli 2011

