

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma B. 2009. *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung (ID) : ALFABETA. 308 hal.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta..
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anonim, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> (23 September 2019)
- Anonim, UKM jaman now harus go digital <https://unej.ac.id/ukm-jaman-now-harus-go-digital/> (23 September 2019)
- Akrom CM 2013. *Pengaruh kemasan, harga dan promosi terhadap proses keputusan pembelian konsumen kripik paru umkm sukorejo Kendal*. Universitas negeri Semarang
- Bethani Suryawardani, Syifa Dewi Nuraeni. 2017. *Efektivitas promosi melalui media sosial instagram pada PT Niion Indonesia Utama tahun 2017*. Dapat di unduh <file:///C:/Users/ACER/Downloads/YESjANALISIS%20EFEKTIVITAS%20PROMOSI%20MELALUI%20MEDSOS%20IG%20PD.pdf>
- Cannon, Joseph P. Perreault, William D. McCarthy, and E. Jerome. 2008. *Pemasaran Dasar pendekatan manajerial Global*. Edisi 16 Buku 1. Terjemah oleh Afia R Fitriati dan Ria Cahyani. Jakarta: Salemba Empa
- Departemen Koperasi. 2008. *PDB, Investasi, Tenaga Kerja, Nilai Ekspor UKM di Indonesia*. Depkop. Jakarta.
- Diamond S. 2015. *The Visual Marketing Revolution: 26 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial*. Jakarta (ID): Serambi Ilmu Semesta. 400 hal
- Durianto. 2003. *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Dewi, Ida Ayu Pradnaya Maha. 2016. *Efektivitas iklan dengan analisis AIDA (attention interest, desire dan action) pada sepeda motor merek Yamaha dikota Singaraja*. Universitas Pendidikan Ganesha. Dapat diunduh <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/8708/5665> (26 Oktober 2019)

- Djatnika, Tjetjep. (2007). *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fidyah nurul 2017. *Efektivitas iklan produk kosmetik wardah melalui media sosial Instagram*. Jurnal, universitas veteran Yogyakarta
- Gharibi, S., Danesh, S. Y. S., & Shahrodi, K. (2012). Explain the Effectiveness of Advertising Using the Aida Model. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(2), 926–940.
- Greenlaw, Raymond., Hepp, Ellen. 2002. *Fundamentals of the Internet and the world wide web*, Second Edition. New York: McGraw-Hill
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Indria R. 2013. *Penggunaan media sosial pada komunikasi pemasaran l'cheese factory di pekanbaru*
- Jayanti G. 2014. *Penerapan E-Commerce dalam Proses Komunikasi Pemasaran di Toko East Kalimantan Center Samarinda*. 2 (3): 219-228.
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta :Graha Ilmu
- Jefkins F. 1997. *Periklanan edisi 3*. Jakarta (ID): Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2012. *Marketing Management*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, P. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT Index Kelompok Gramedia
- Kurniawan H. 2015. *Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Batik Solo "Inasinul"* [skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Khairani dkk. 2018. *Efektivitas promosi melalui Instagram pada UMKM sektor makanan dan minuman dikota Pekanbaru*. Universitas Lancang Kuning. Dapat diunduh di <http://ejournal.kopertis10.or.id/index.php/benefita/article/view/2738> (26 Oktober 2019)

- Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembahaman
- Monle Lee dan Carla Johnson, 2011 , *prinsip pokok periklanan periklanan dalam perspektif global Jakarta: kencana*
- Mahendra D. 2014. *Media Jejaring Sosial dalam Dimensi Self Disclosure*. [Skripsi]. Yogyakarta [ID]: UIN Yogyakarta.
- Nana Syaodih Sukmadinata. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Putri EA. 2013. *Aplikasi Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop*[skripsi]. [internet].[diunduh tanggal 20 Januari 2016]. Dapat diunduh di : <http://eprints.upnjatim.ac.id/5020/1/file1.pdf>
- Paulus, Lilik Kristianto. 2011. *Psikologi Pemasaran* . Jakarta : PT. BUKU SERU
- Putri, N, Suharyono, A, Sunarti. 2013. *Pengaruh viral marketing terhadap kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Rangkuti, Freddy. ((2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. GramediaPustakaUtama
- Riyadi, M. *pengertian, bauran dan strategi komunikasi pemasaran* [https://www.kajian\\_pustaka.com/2018/11/pengertian-bauran-dan-strategi-komunikasi-pemasaran.html](https://www.kajian_pustaka.com/2018/11/pengertian-bauran-dan-strategi-komunikasi-pemasaran.html) (25 September 2019)
- Shimp, A.T., 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Schiffman, Leon G. And Lestie L. Kanuk. 2000. *Consumen behavior*. Fifth Edition, Prentice-Hall Inc. New Jersey
- Salamoon, Daniel Kurniawan. (2013). *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya Di Dunia Maya*. Paper Universitas Kristen Petra.Surabaya.Retrieved from [http://repository.petra.ac.id/16642/1/Publikasi1\\_10021\\_1481.pdf](http://repository.petra.ac.id/16642/1/Publikasi1_10021_1481.pdf)
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : CV. Andi.
- Sevilla, Consuelo G. et. al (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City

- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R7B*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFEE.
- Ulfa Maria. 2018. *Efektivitas instagram dalam mempromosikan kamar Batiqa hotel Pekanbaru*. Universitas Riau. Dapat di unduh di <file:///C:/Users/ACER/Downloads/16820-32575-1-SM.pdf>
- Van Vliet, Vincent. 2014. *AIDA Model*. <http://www.toolshero.com> diakses pada tanggal 1 oktober 2019 <http://www.toolshero.com/marketing/aida-model/>
- Wardhana, Onny Herlambang Putra. 2016. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E commerce*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Volume 4. Nomor 2
- Wijaya, Bambang Sukma. 2011. "The Development of Hierarchy of Effect Model in Advertising". *Journal of Advertising*. Vol 5 No.1.
- Wurinanda I. 2015. *Efektivitas promosi produk ayam suwir "si kentung" melalui twitter* [skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Widiyanto, Joko. 2010. *SPSS for Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Surakarta: BP-FKIP UMS.