

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Penerbit: Media Kita. Jakarta.
- Boyd, D.M., & Ellison, N.B. (2007). *Social Network Sites : Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13 (1), article 11.
- Brightayati, Liera. 2010. *Efektivitas Iklan dengan Menggunakan Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Terhadap Iklan Pond's Flawless White di Indomaret Karanganyar)*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Christian Gronroos. 1993. *A Service Quality Model and it's Marketing Implications*. *European Journal of Marketing*. Vol. 18. No 4.
- Diamond. 2015. *The Visual Marketing Revolution: 26 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial*. Serambi Ilmu Semesta. Hal 400. Jakarta.
- Fauzi, Andi Muhammad. 2019. *Efektivitas Promosi Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Eiger Adventure Store Jember Dengan Menggunakan Konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Fidyah, Nurul. 2017. *Efektivitas Iklan Produk Kosmetik Wardah Melalui Media Sosial Instagram (Studi Pada Followers @wardahbeauty Pada Media Sosial Instagram)*. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Gronroos, C. 1993. *From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing*. *Management Decision*. 32,2.
- Indrawati, Komang Ayu Pradnya. I Nyoman Sudiarta. I Wayan Suardana. 2017. *Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran di Krisna Oleh-oleh Khas Bali*. *Jurnal Analisis Pariwisata* Vol. 17 No. 2.
- Jatiwono, Julian. 2018. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Membeli Melalui Kepercayaan Konsumen Swiwings Chicken Jember*. Universitas Jember.
- Johar, Diah Syafita. Srikandi Kumadji. M. Kholid Mawardi. 2015. *Pengaruh AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektivitas Iklan Online (Survei*

- pada Pembeli di Toko Online Adorable Project*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 26. No. 1, September.
- Khairani, Zulia. Efrita Soviyant. Aznuriyandi. 2018. *Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Pekanbaru*. Jurnal Benefita 3(2), Juli, Hal. 239-247.
- Khoirunisa, Astari. 2014. *Sejarah dan Perkembangan Instagram*. [astarikhoirunisa.blogspot.com/2014/02/sejarah-dan-perkembanganinstagram.html](http://astarikhoirunisa.blogspot.com/2014/02/sejarah-dan-perkembanganinstagram.html). (11 November 2019, 21:07).
- Kotler, dan Armstrong. 2012. *Promotion Means Activities That Communicate Merits Of The Product And Persuade Target Customers To Buy It*.
- Kotler, P. dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi 13. Hal 179-180. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Kotler, dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Hafid. 2015. *Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Batik Solo "Inasinul"*. Institut Pertanian Bogor.
- Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Penerbit: Salemba Empat. Jakarta.
- Neti, Sisira. 2011. *Social Media and It's Role in Marketing International Journal of Enterprise Computing and Business System*. Vol 1, No. 2. 1-16. ISSN. 1:1-15.
- Nuraeni, Syifa Dewi. Bethani Suryawardani. 2017. *Analisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada PT Niion Indonesia Utama Pada Tahun 2017*. E-Proceeding of Applied Science : Vol. 3. No. 2, Agustus. Hal. 280.
- Oktaviani, Wanda Fazriah. Anna Fatchiya. 2019. *Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok Kabupaten Klaten*. Jurnal Komunikasi Pembangunan Februari, Volume 17, No. 1.
- Paulus, Lilik Kristanto. 2011. *Psikologi Pemasaran*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Ravianto dalam Masruri. 2014. *Analisis Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan (PNPM)*. Governance and Public Policy, vol 1 (1) : 53-76.

- Putri, Eryta Ayu. 2013. *Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop*. Jurnal Perpustakaan UPN.
- Riyantoro, Bagus. Ati Harmoni. 2013. *Efektivitas Iklan Melalui Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maicih*. Proceeding PESAT Vol. 5 Oktober.
- Subagyo, Ahmad. 2010. *Marketing in Business*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2015. *Statistic Non Parametik untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Andi Yogyakarta.
- Tasruddin, Ramsiah. 2015. *Strategi Promosi Periklanan yang Efektif*. Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No. 1, Desember, Hal. 107-116.
- Tjipto, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Penerbit: Andi. Yogyakarta.
- Ulfa, Maria. 2018. *Efektifitas Instagram dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru*. Jurnal FISIP Vol. 5, No. 1, April, Hal. 1-14.
- Wijaya, B. S. 2011. *The Development of Hierarchy of Effect Model in Advertising*. *Jurnal of Advertasing*.