

DAFTAR PUSTAKA

Buku Teks

- Alma, B. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Jasa*. (Edisi Revisi). Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete: dengan program IBM SPSS 23*. (8th ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gurnelius, Susan, 2011, *30-minute Sosial Media Marketing*, McGraw-Hill Companies, United States.
- Hermawan, A., (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (13rd ed). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (13rd ed). Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Morrisan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Predana Media.
- Morissan. (2011). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. (Edisi Revisi). Jakarta: Kencana.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integratif Marketing*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, S. (2010). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suwarman, U. (2011). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.

Artikel Jurnal

- Ekasari, N. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan pada PT. BFI Finance Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, 16(2), 81-102.
- Fihartini, Y. (2015). Pengaruh Promosi dan *Electronic Word-of-Mouth* di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 11(1), 1-15.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., dan Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB)*. 21(1), 1-8.
- Kuspriyono, T. (2017). Pengaruh Promosi *Online* dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar. *Perspektif*. 15(2), 147-154.
- Nurgayantri, A. R., (2016). Pengaruh Promosi Online pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Brand Elmeira*. *e-Proceeding of Management*, 3(3), 2579-2687.

Artikel dari Internet

- Internet live stats. Internet Users by Country (2016).
www.internetlivestats.com/internet-user/# (1 Desember 2017)
- Internet live stats. Number of Internet Users (2016).
www.internetlivestats.com/internet-user/# (1 Desember 2017)
- www.unisnu.ac.id/visi-misi/ (1 Desember 2017)
- Hasan, K., & Khan, R. (2011). *Building international brand through promotional Strategy: A case study of MEC: Active Engagement in Bangladesh*. Retrieved 2016, Available at: <http://www.diva-portal.org/> (5 Juni 2018)