

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Ades, Sanjaya. (2001). *Model-Model Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I*, Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Asri, Marwan. (2003). *Marketing*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Assael, Henty. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Action. Fourth Edition*. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Brad, Kleindl & James, L, Burrow. (2005). *E-Commerce Marketing*. Ohio: Top Floor.
- Kabani, Shama Hyder. (2012). *The Zen Of Social Media Markwting: An Easier Way to Build Credibility, Generate Buzz, and Increase Revenue*. Texas: Benbella Books.
- Kasali, Rhenald. (2007). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kerajaya, hermawan. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Kindarto, A. (2008). *Belajar Sendiri Youtube*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta: Prehalindo
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran: Jilid 1. Edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moleong, J, Lexy. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Ryan, Damian. & Jones, Calvin. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. United States: Kogan Page Limited.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan, Josua. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Schiffman, Leon G. & Leslie L. Kanuk. (2000). *Consumer Behavior: Fifth Edition*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Shimp, Terence A. (2000). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Swastha, Basu & Handoko, Hani. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2005). *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Urban, Glen. L. (2004). *Digital Marketing Strategy: text and cases*. Pearson Education
- Jurnal:**
- Aditya, Rangga. (2015). *Pengaruh media sosial instagram terhadap minat fotografi pada komunitas fotografi*. Pekanbaru: Jurnal Fisip, 2, Hal. 1-14.
- Cempaka, Ni Putu. (2016). *Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Jasa Domestik Garuda Indonesia Di Denpasar*. Denpasar: Jurnal Proseding Seminar Nasional, 2, Hal. 201-208.
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). *Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing*. *Journal of Interactive Marketing*. Amsterdam: Vol.15 No. 4, hal. 18-33.
- Selang, Christian AD. (2013). *Bauran pemasaran (Marketing Mix) Pengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen Pada fresh Mart Bahu Mall Manado*. Manado: Jurnal Emba, 1, Hal. 71-80.

**Website:**

<https://creatoracademy.youtube.com/page/about> Diakses pada 22 Februari 2019

<https://www.youtube.com/> Diakses pada 22 Februari 2019

<https://www.youtube.com/channel/UCDL7vZuiAubzIVQDyDUu0uQ> Diakses pada  
22 Februari 2019

