

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, Elvinaro dkk. 2007. *Komunikasi Massa*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung
- Baskoro, AP. 2008. *Analisis Hubungan Terpaan Iklan*. Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Kedua)*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar – Dasar Periklanan*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2009. *Managemen Pemasaran edisi Ketiga belas jilid 2*, PT Gelora Aksara Pramata, Jakarta
- Machfoedz, . 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*, Cakra Ilmu (Imprint Gelas Semesta Alam), Yogyakarta
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika. Jakarta
- Morissan. 2010. *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Penerbit Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- M, Nisrina. 2015. *Bisnis Online Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. KOBIS, Yogyakarta
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Nurudin. 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. Rajagrafindo Persana. Jakarta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta. Bandung
- Suhandang, Kustadi. 2014. *Periklanan (Managemen, Kiat dan, Strategi)*. Nuansa, Bandung
- Suyanto, Mohammad. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Andi, Yogyakarta
- Sujarweni, Wiratna .2014. *Metodologi Penelitian*. PT Pustaka Batu, Yogyakarta
- Suharjito, Didik. 2014. *Pengantar Metodologi Penelitian*. PT Penerbit IPB Press. Bogor
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*. Andi, Yogyakarta

Jurnal

Alviani Ayu Fitri (2016). Hubungan Promosi Selebgram Terhadap Daya Tarik Pembelian Dalam Media Social Instagram (Studi Pada Followers Selebgram @NIVAVHA). Vol 4, No.1, Februari 2016

http://journal.bakrie.ac.id/index.php/jurnal_ilmiah_ub/article/view/1488/1120 (diakses Senin, 26 Februari 2018)

Maharani Amalia Rizki, dkk (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi Dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). Vol 49, No.2, Agustus 2017

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1933> (diakses Senin, 26 Februari 2018)

Teuku Alfiansyah (2017). Pengaruh Terpaan Promosi Brodo Footwear Melalui Media Sosial (Facebook, Twitter Dan Instagram) Terhadap Minat Beli Di Kawasan Nologaten, Caturtunggal, Depok Sleman Yogyakarta. April 2017

<http://eprints.upnyk.ac.id/11706/> (diakses Senin, 26 Februari 2018)

Ellyawati Kusuma Dewi (2016). Pengaruh Terpaan Iklan Instagram @Hijup.Com Terhadap Sikap Followers Pada Merek Dan Iklan Dalam Keputusan Pembelian. Vol 3, No.2, Oktober 2016

<http://repository.unpad.ac.id/21711/> (diakses Senin, 26 Februari 2018)

Kristin Ashford PhD, dkk (2017). *Advertising exposure and use of e-cigarettes among female current and former tobacco users of childbearing age*. Vol. 34, No. 5, Oktober 2017

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/phn.12334/full> (diakses Selasa, 27 Februari 2018)

Website

<http://wartakota.tribunnews.com/2017/07/26/warga-pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-capai-45-juta-terbesar-di-asia-pasifik> (diakses Kamis, 22 Februari 2018)

https://www.instagram.com/comic_jeans/?hl=id (diakses Kamis, 22 Februari 2018)

<https://tekno.kompas.com/read/2017/07/27/11480087/indonesia-pengguna-instagram-terbesar-se-asia-pasifik> (diakses Senin, 25 Juni 2018)