

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A, Shone; B, Parry. (2002). *Succesfull events management*, London : A practical Handbook.
- Abbas, M. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta : Pusat Hubungan Masyarakat.
- Alma, Buchari. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Ardianto, E. (2009). *Ilmu komunikasi : perspektif, proses dan konteks*. Bandung : Widya Padjajaran.
- Atmoko, D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bogdan, R; Taylor. (1992). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*, Surabaya : Usaha Nasional.
- Bowdin, Glenn A. (2006). *Event Management*.
- Chaffey, D dan PR Smith. (2008). *eMarketing Excellence*.
- Christian, G. (2014). *Traditional vs. new media: The balancing effect*.
- Elliot, S. (2002). *Advertising's big four: It's their world now*.
- Evans, D (2008). *Social Media Marketing An Hour Day*.
- Gilson, C; Harold, B. (1980). *Advertising: Concept & Strategies*.
- Hauer, C. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hidayat, Dedy N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik*.
- Junaedi, F. (2013). *Komunikasi Massa Pengantar Teoritis*. Yogyakarta: Santusta Klasik. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.

- Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, P. (2004). *Marketing insight from A to Z : 80 konsep yang harus dipahami setiap manajer*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P; Armstrong, G. (2008). *Prinsip – prinsip pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P; Keller, (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Miles, Matthew B; Michael, Huberman, (2007). *Qualitative Data Analysis* (terjemahan), Jakarta : UI Press.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Penerbit Remaja Rosdakarya
- Panji, A. (2004). *Manajemen Bisnis*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta.
- Pawenang, S. (2016). *Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis*.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta : Penerbit Elex Komputindo
- Smith, P. (1999). *Strategic Marketing Communications: New Ways to Build and Integrate Communications*. London: Kogan Page.
- Suhandang, K. (2010). *Periklanan: Manajemen, kiat dan strategi*. Bandung : Nuansa.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Website

<https://www.kenangan.com/ceritainspirasi/kompaknya-tiga-sekawan-membesarkan-ismaya-group>

<https://www.nesabamedia.com/pengertian-instagram/>

<https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html>

[https://www.academia.edu/12008849/Definisi Periklanan Menurut Beberapa Ahli](https://www.academia.edu/12008849/Definisi_Periklanan_Menurut_Beberapa_Ahli)

<https://www.kompasiana.com/habib31079300/5b50a860ab12ae6a3632a722/pemanfaatan-media-sosial-instagram-sebagai-sarana-pemasaran>

https://scholar.google.co.id/citations?user=_6wrzPAAAAAJ&hl=en

<https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/atrat/article/view/522>

http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/161303

<http://journal.unair.ac.id/COMN@analisis-strategi-internet-marketing-butik-online-di-surabaya-melalui-instagram-article-9378-media-137-category-8.html>

<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/9763>

<https://core.ac.uk/download/pdf/228863957.pdf>