

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Muhidin, Sambas. 2009. *Konsep Efektivitas Pembelajaran*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Canon, Joshep. 2009. *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Darsono & Tjatjuk Soswandoko. 2011. *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Herlambang, Sutatyo. 2012. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Grasindo.
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. 2010. *Teknik Praktik Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Morrison. 2014. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Prisgunanto, Ilham. 2014. *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: CV. Prisani Cendekia.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shimp, Terence A. & Andrews, J. Craig. 2013. *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications (9th ed.)*. USA: South – Western Cengage Learning.
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Praktik Riset Perilaku Konsumen : Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data*. Jakarta: A Caps.

Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.

Jurnal :

Rifa'i, M. 2017. Efektivitas Promosi Online Dalam Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen. Universitas Tribhuwana Tungadewi. [diakses pada tanggal 28 Oktober pukul 18:43 WIB]

<https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/Optima/article/view/621>

Pratiwi, Mila Yuni. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2Beat Pada PT. Primadi Jaya Sakti. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. [diakses pada tanggal 28 Oktober 2017 pukul 19:22 WIB]

<http://repository.stiesia.ac.id/1942/2/ABSTRACT%20dan%20INTISARI.pdf>

Hamprey, David. 2017. Pengaruh Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Kopi Purnama Bandung. Universitas Katolik Parahyangan. [diakses pada tanggal 29 Oktober 2017 pukul 09:39 WIB]

<http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/2124?show=full>

Website :

<http://linecorp.com/en/pr/news/en/2015/938>, diakses pada tanggal 23 Oktober 2017 pukul 20:58 WIB.

<http://linecorp.com/en/pr/news/en/2017/1770>, diakses pada tanggal 23 Oktober 2017 pukul 21:57 WIB.

<https://linecorp.com/en/company/info>, diakses pada tanggal 24 Desember 2017 pukul 12:49 WIB.

<https://linecorp.com/en/company/mission>, diakses pada tanggal 24 Desember 2017 pukul 12:51 WIB.

<https://id.wikipedia.org/wiki/LINE>, diakses pada tanggal 24 Desember 2017 pukul 12:38 WIB.