

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- A.S. Moenir. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Abdurrahman, N.H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Atmoko, B.D. (2012). *Instagram Handnbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, B. (2008). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Darsono dan Tjatjuk S. (2011). *Sumber Daya Manusia Abad 21*. Nusantara: Jakarta.
- Effendy, O.U. (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Fajar, Laksana. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Gibson, I.C. (2011). *Organisasi dan manajemen : Perilaku, Struktur, dan Proses*. Jakarta: Erlangga.
- Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing (Dasar – dasar Pemasaran) : Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Gosyen Publishing
- Jefkins, F. (2004). *Public Relations*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pertama Erlangga.
- Juliandi A, Irfan, Manurung S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Index Kelompok Gramedia
- Kotler,P dan Kevin Lane,K. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktik Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations,Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Kurniawan, A. (2005). *Tranformasi Pelayanan Publik*. Pembaruan: Yogyakarta.
- Kusumastuti, F. (2004). *Dasar – Dasar Hubungan Masyarakat*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Malhotra, Naresh K. (1999). *Marketing Research*. New Jersey, USA. prentice Hall. Inc
- Mukarom, Z dan Laksana, M.W. (2015). *Manajemen Public Relations Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial : Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media sosial dalam meraup uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Prisgunanto,I. (2006). *Komunikasi Pemasaran Strategi dan Taktik dilengkapi Analisis SOSTAC &STOP-SIT*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communicaitaion*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, R. (2010). *Manjemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Jakarta.
- Santosa, PB dan Ashari. (2005). *Analisis Statistik Dengan MS. EXCEL dan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Siagian Sondang, P. (1991). *Organisasi Kepemimpinan dan Perilaku Administrasi*. Gunung Agung: Jakarta.
- Sinambela, Lijan Poltak. Dkk. (2011). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sistaningrum, E. (2002). *Manajemen Penjualan Produk*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi : Mixed Methods*. Bandung: Alfabeta.

- Sujianto, AE. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Jakarta: CAPS Publishing.
- Sutedja, Wira. (2007). *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT. Grasindo, Anggota IKAPI
- Tohar, M. (2001). *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Widjaja, A.W. (2010). *Komunikasi & Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zulfikar dan Budiantara, N. (2014). *Manajemen Riset dengan Pendekatan* .

Skripsi :

- Arizali, Aufar. 2014. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi pada UMKM. Bandung: Universitas Widyatama.

Jurnal :

- F Andriani, I. R. (April 2016). Efektivitas Kegiatan Humas Pemerintah Kota Bogor dan Citra Humas dimata Publik Ekternal. *Jurnal Komunikasi tio Volume 2 Nomor 1*, 25 - 44.
- Jauhari, J. (April 2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E- Commerce. *Jurnal Sistem Informasi (JSI), Vol.2, No.1*, 159 - 168.
- Santi Febrianti, R. S. (2019). Efektivitas Peran Public Relations Petugas Pelayanan Pada Kepuasan Masyarakat Desa Leyangan Kecamatan Ungaran Timur Kabupaten Semarang. *Jurnal Egaliter*, Vol 3 No.5.
- Simahate, T. (2015). Efektivitas Komunikasi Persuasif Pustakawan dan Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Unimed terhadap Kepuasan Pengguna . *Jurnal Pendidikan Ilmu - Ilmu Sosial 7 (1)*, 107 - 118.
- Yunizar Sri Wulandari, A. F. (Agustus 2017). Efektivitas Promosi Melalui Twitter pada Perusahaan Pariwisata Bahari "Ibu Peny". *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Vol. 1 (2)* , 195 - 208.

Zulia Khairani, E. S. (Juli 2018). Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada UMKM Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita* 3(2), 239 - 247.

Sumber Lain :

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/> (diakses pada tanggal 9 September 2019 pukul 13.00 WIB).

<http://www.depkop.go.id/sejarah-kementerian> (diakses pada tanggal 23 Oktober 2019 pukul 09.00 WIB).

<http://www.depkop.go.id/visi-dan-misi> (diakses pada tanggal 23 Oktober 2019 pukul 10.00 WIB).

<https://www.google.co.id/amp/s/riyankurniawan17.wordpress.com/2012/05/23/pe-ngertian-ukm-penjelasmnya-2/amp/> (diakses pada tanggal 23 Oktober 2019 pukul 19.00 WIB).