

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, K, Rahman, W, Hafiz, H, Yudho, E, Bevly, B, Marin. 2013. *Social Media Nation*. Jakarta: Prasetya Mulya Publishing.
- Andi, K. 2008. *Perancangan System Informasi dan aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Cangara, H. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, O.U. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Evans, D. 2008. *Social Media An Hour A Day*. Wiley Publishing. Inc: Canada.
- Fauzi, Viny, Putri. 2016. 'Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekan Baru'. Vol. 3, No.1, hlm.1-15.  
<http://jom.unri.ac.id/index.php>. Diakses tgl. 11 Maret 2016,pukul: 21.00 wib.
- Guneliues, S. 2011. *30-Minutes Social Media Marketing*. Mc GrawHill Companies. United States.
- Handayani, D, Andrizal, D, Nasution, R. 2010. *Brand Operation*. ESENSI.
- Heriyanto, A. 2006. *Panduan Penelitian*. Jakarta: Presentasi Pustaka Jaya.
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Jaya.
- Jackie, A, Miranty, A, & Yanty, I. 2007. *Mengelola Merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Komala, L. 2009. *Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, Konteks*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 11*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, R. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kusriyanto, A. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV Andi Offset

- Lester, P.M. 2014. *Visual Communication Images With Massages, Sixth Edition*. Boston, USA : Wadsworth 20 Chanel Center Street.
- Mulyana, D. 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nisrina. 2015. *Bisnis Online: Manfaat media sosial dalam meraup uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Reihan, F. 2012. *Tehnik Lighting: (Memotret Model)*. Jakarta: Media Kita.
- Ruslan, R. 2008. *Metode Penelitian – Public Relations & Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Shimp, TA. 2007. *Intergrated Marketing Communication In Advertising and Promotion*. Edisi Ke Tujuh: Mc GrawHill. New York.
- Soemanegara, R. 2012. *Strategic Marketing Communication – Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, K. 2010. *Periklanan Manajemen, Kiat, dan Strategi*. Bandung: Nuansa.
- Sunyoto, D. 2011. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Jakarta: Caps Publishing.
- Suprpto, T. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: CAPS.
- Wahana, Suyanto & Amborowati. 2014. '*Analisis Penerapan Social Media Sebagai Strategi Bisnis Oleh Pelaku Bisnis Online*'. Vol. 4, no. 2, hlm. 1-94, diakses tgl. 11 Maret 2016, pukul: 21.01 wib.  
<http://www.sisfotenika.stmikpontianak.ac.id/index.php>.
- Wiryanto. 2006. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Wulandari, Friska & Muthi. 2014. '*Jual Beli Online Yang Aman dan Syar'I (Studi Terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kali Jaga)*'. Fakultas Syari'ah. Universitas islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. Diakses tgl. 11 Maret 2016, pukul: 21.15 wib.  
<http://digilib.uin-suka.ac.id>.