

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2003. *Manajemen Produksi dan Industri Kecil*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Agus S, Madjadikara. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Basu, Swastha, & Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Bovee, Courtland L. 1992. *Marketing*. New York: McGraw-Hill
- Buchory, Herry Achmad & Djaslim Saladin. 2010. *Manajemen pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Burton, G. 2005. *Media dan Society, Critical Perspectives*. New York: Open University Press.
- Durianto. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: FE UNDIP.
- Fuchs, C. 2014. *Social Media a Critical Introduction*. Los Angeles: SAGE Publications, Ltd.
- Graves, Philip. 2010. *Consumer.ology*. Jakarta: PT Gramedia.
- Ibrahim Subandi. 2007. *Kecerdasan Komunikasi*. Jakarta. Penerbit Simbiosis.
- Kasilo Djito, 2008. *Komunikasi Cinta*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P dan Keller K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT. Indeks.

- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- Lee Monle dan Carla Johnson. 2007. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.
- Lidyawati. 1998. *Hubungan antara Intensitas Menonton Iklan di televisi dengan Perilaku Konsumtif*. Skripsi (tidak diterbitkan). Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.
- Mehta, A.J. 1994. *Hydraulic Behaviour of Fine Sediment*. Coastal, Estuarial and Harbour Engineer's Reference Book. London: Chapman and Hall.
- Moriarty Sandra, Nancy Mitchell, William Wells. 2011. *Advertising*, Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, R. 2012. *Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber*. Jakarta: Prenada Media
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Jakarta: Transmedia Pustaka.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan Suriyanto. 2014. *Layout dasar & Penerapannya*. Jakarta: Garamedia.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supratno, J dan Nandan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

Widyatama Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Jakarta. Pustaka Book Publisher.

Artikel Dalam Jurnal:

Erliza Elisabet. 2015. *Efek Sosial Media Instagram Dalam Mendorong Pembelianz Produk Online*. Universitas Telkom

Haerudin, Didin. 2010. *Kajian Visual dan Pesan Iklan Susu Bubuk Milo pada Media Cetak*. Universitas Komputer Indonesia

Mega Murti Sarilani. 2015. *Analisis Visual Iklan Lucido-L versi Hair Dress*. Universitas Telkom.

Nandifa, Nisa. 2015. *Analisis Visual Iklan pada Iklan Televisi Sampoerna A Mild 2014-2015*. Universitas Telkom.

Rosalinda, Renzzelia, 2015. *Analisis Visual Cover Novel The Screaming Staircase Edisi Indonesia*. Universitas Telkom

Yassirly Aulia Nisa. 2014. *Pengaruh Pesan Iklan Addictea Melalui Media Sosial Twitter Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Bandung*. Universital Telkom.

Artikel Dalam Website:

Badri, M. 2010. *Iklan dan Komunikasi Pemasaran*. Diakses dari: <https://ruangdosen.wordpress.com/2010/04/04/iklan-dan-komunikasi-pemasaran/>. [Pada 20 Januari 2016]

Berbagi. 2013. *Apa Itu Instagram?*. Diakses dari: <http://www.berbagiinfo4u.com/2013/06/apa-itu-instagram.html>. [Pada 14 Desember 2015]

Khoirul. 2013. *Interpretasi Visual*. Diakses dari: http://khoirulmufid.blogspot.co.id/2013/11/interpretasi-visual_15.html [Pada 15 Juni 2016]

Krisna, Ketut Wijaya. 2015. *Fenomena pemanfaatan media sosial untuk berjualan di Indonesia*. Diakses dari: <https://id.techinasia.com/fenomena-pemanfaatan-media-sosial-untuk-berjualan-di-indonesia>. [Pada 13 Januari 2016]

Mzhrnavita. 2015. *Media Sosial*. Diakses dari: <https://mzhrnavita.wordpress.com/>. [Pada 10 Januari 2016]

Rah Wientor, 2014. *Strategi Promosi Antar Online Shop di Instagram*. Diakses dari: <http://bixbux.com/sfs-shoutout-for-shoutout-strategi-promosi-antar-online-shop-di-instagram/>. [Pada 14 Desember 2015]

Venturebeat. 2012. *54 Persen Brand Ternama Dunia Kini Gunakan Instagram sebagai Sarana Marketing*. Diakses dari: <http://www.beritateknologi.com/54-persen-brand-ternama-dunia-kini-gunakan-instagram-sebagai-sarana-marketing/>. [Pada 10 Januari 2016]