

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Abdurrahman, Nana Herdianadan Achamd Sanusi. (2015), *Manajemen Strategi pemasaran*, Bandung, CV Pustaka Setia.

Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Kotler, Phillip and G. Armstrong. (2014). *Principles of Marketing*. 15th *edition*.

New Jersey: Pearson Prentice Hall.

------. (2012). *Principles of Marketing*. 14th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. Edisi 15 Global Edition. Pearson Prentice Hall.

------. (2012). *Marketing Management*. Global Edition. Pearson Prentice Hall.

Neolaka, Amos. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: Rosda.

Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Rizal, Veby Zilfania dan Evawani Elsy Lubis. (2014). *Social Media Marketing Twitter dan Brand Image Restoran Burger* . Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 5, No. 1.

Roberts, Mary Lou dan Zahay, Debra, (2013). *Internet Marketing : Integrating Online & Offline Strategies-3/E*, USA : South-Wester Cengage Learning.

Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2013. *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA

Strauss, Judy dan Frost, Raymond. (2012). *E-Marketing edisi Internasional ke 6*. London: Pearson

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.

Penelitian Terdahulu:

Cahyo, Rudianto Dwi. (2014). Pengaruh Penggunaan Sosial Media Twitter terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Cafe dan Restoran di Kota Bandung. Universitas Telkom, Indonesia.

Ritonga, Siti Dira Febriana. (2016). Pengaruh Sosial Media Twitter dan Televisi terhadap Keputusan Pembelian di MatahariMall.com tahun 2016. Universitas Telkom, Indonesia.

Lubis, Ikhsan Bismo Hidayat. (2014). Pengaruh Citra Merek, Media Iklan Instagram dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Vans (Studi Kasus pada *Followers* Twitter (@VHeadID)).

Prakoso, Mathias Adi. (2016). Pengaruh Kreatifitas Iklan pada Motor Yamaha pada Media Televisi.

Nurgiyantoro, Singgih.(2014). Pengaruh Strategi Promosi melalui Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Garskin yang di Mediasi Word Of Mouth Marketing (Studi pada Konsumen Produk Garskin Merek SayHello di Kota Yogyakarta). Universitas Negeri Yogyakarta. Indonesia.

Website:

<http://naufalirfanfirdaus.student.telkomuniversity.ac.id/files/2016/07/DAFTAR>

PUSTAKA.pdf. Diakses pada tanggal 20 Juni 2017

http://repository.upi.edu/11923/9/S_PEM_1005592_Bibliography.pdf. Diakses pada

tanggal 20 Juni 2017.

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>. Diakses pada tanggal 22 April 2017.

<http://www.bankbjb.co.id/>. Diakses pada tanggal 20 Maret 2017

<http://selular.id/news/social-media/2017/01>. Diakses pada tanggal 20 Maret 2017.