

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel..* Jakarta: Media Kita
- Baran, J. S. & Davis, D. K. (2003). *Communication Theory Foundations, Ferment, and Future*. Ontario: Wadsworth Thomson Learning.
- Chocochips Boutique. *About Us*. Diakses pada 18 November 2018, dari <https://www.chocochips.co.id/about-us>.
- Duncan, Tom. (2008). *Principles of Advertising and IMC*. Boston: McGraw Hill.
- Eka, A. F. (2013). Pemanfaatan Media Baru dalam Kampanye Sosial (Studi Kasus Pemanfaatan Website, Blog, Facebook, dan Twiter dalam Kampanye Sosial “Ini Aksiku! Mana Aksimu?” oleh Earth Hour Solo). Fakultas Ilmu Hukum dan Ilmu Politik (Fisipol). Diakses pada 12 November 2018, dari Universitas Gadjah Mada
- Flew, T. (2007). *Understanding global media*. United Kingdom : Palgrave Macmillan.
- Gulo, W. (2002). *Metode Penelitian*. Jakarta: Grasindo
- Hardjana, A. M. (2003). *Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Eds. 3. New Jersey: Prentice Hall.
- Keller, K. L. (2009). Building strong brands in a modern marketing communications environment. *Journal of Marketing Communications*, 139–155. DOI: 10.1080/13527260902757530

- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (13th edition). New Jersey: Pearson
- Lister, M. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Second Edition. New York: Routledge.
- Monica & Luzar. (2011). *Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan*. Jurusan Desain Komunikasi Visual. Diakses pada 10 Januari 2019. Dari Universitas BINUS University Jakarta.
- Mahendra, I. T. (2017). *Peran Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi*. (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017)
- Miles, M. & Huberman, M. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Moleong, L. J.(2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Murray, T. R. (2003). *Blending Qualitative & Quantitative Research Methods in Theses and Dissertations*. California: Corwin Press Inc,
- Neuman. (2000). *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. Eds. 4. Boston: Allyn & Bacon.

- Nurudin. (2013). Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ouwersloot, H. & Duncan, T. (2008). *Integrated Marketing Communication*. United Kingdom : McGraw-Hill Education
- Rachman, F. F. (2017). Marak E-Commerce, Konsumen Mulai Beralih Ke Belanja Online. Diakses pada 23 Februari 2019, dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3493664/marak-e-commerce-konsumen-mulai-beralih-ke-belanja-online>
- Saputri, M. E. & Pranata, T. R. (2014). Pengaruh Brand Image Terhadap Kesetiaan Pengguna Smartphone Iphone. Jurnal Socioteknologi, 13
- Shimp, T. A. (1997). *Advertising, promotion, supplemental aspects of integrated marketing communications*. Fort Worth, Tex: Dryden Press.
- Shimp, T. A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*. Canada: South-Western Cengage Learning,
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Somekh, B. & Lewin, C. (2005). *Research methods in social sciences*. London: Sage
- Straubhaar, J. L. R., & Davenport, L. (2010). *Media now: Understanding media, culture, and technology*. Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning.
- Suyanto, B. (2005). *Metode Penelitian Sosial: Bergabai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2011). *Service, quality, and satisfaction*, Eds. 3. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*, Eds. 1. Yogyakarta: Bayumedia Publishing
- Turban, E. & King, D. (2003). *Introduction to E-Commerce*. Amerika: Pearson Education

- Varey, R. J. (2002). *Marketing Communication: Principle and Practice*. USA: Routledge.
- Widjajanto, K. (2013). *Perencanaan Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Bandung: CV Ultimus.
- Wifalin, M. (2016). Efektivitas Instagram Common Grounds. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya*
- Wijaya, B. S. (2013). *Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication*. *Journal of Advertising*. DOI:10.13140/ejbm.2013.55.65
- Wilson, J. R., & Wilson. S. L.R. (2001). *Mass Media/mass Culture : An Introduction*. New York, N.Y: McGraw-Hill.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wood, J. T. (2011). *Gendered lives : Communication, gender, and culture*. Belmont, Calif: Wadsworth Cengage Learning.
- Yin, R, K. (2005). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.