

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Amir Purba, dkk. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan :Pustaka Bangsa
- Dr H. Mulyadi Nitisusastro. 2013. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung. Alfabeta.
- John E. R. Kennedy. 2006. *Marketing Communication*., Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer
- Lexy Moleong. 2010. *Metode penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,
- Mahmud Machfoedz. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu
- M. Nisrina, 2015. *Bisnis OnLine, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis
- Morissan, *Periklanan*. 2010. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, cet.1, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1.Jakarta: PT.Indeks
- Prof. Dr Sofjan Assauri, M.B.A. 2009. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Dan Strategi* Jakarta:Rajawali Pers
- Poerwanto dan Zakaria L. Sukirmo. 2014. *Komunikasi Bisnis: Perspektif Konseptual dan Kultural*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Zarella. 2010. *The Social Media Marketing Book*, (Jakarta:PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI, 2010),

Skripsi:

- Akhmad Rifqi Septiawan. 2015. *Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram* Skripsi Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
- Diana Puspita, " *Perancangan Integrated Marketing Communication Kabarbisnis Untuk Meningkatkan Brand Awareness*. Skripsi Komunikasi desain Visual. Surabaya: 2013
- Husni Mubarak, *Jejaring Sosial Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Pada Akun Twitter @Kalimilk*.skripsi studi ilmu Komunikasi.Yogyakarta 2014

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jurnal:

Jurnal Departemen Antropologi Fisip Universitas Airlangga, Vol.IV/No.2/Juli 2015, *Perilaku Belanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropolgi Universitas Airlangga*

Internet:

https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_pemasaran (diakses pada tanggal 23 Juni 2016)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> (diakses pada tanggal 23 Juni 2016)

https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_pemasaran (diakses pada tanggal 23 juni 2016)

<http://creatingmyvision.blogspot.co.id/2014/09/beberapa-komponen-dalam-pemasaran-online.html> diakses pada tanggal 4 agustus 2016 pukul 21.30