

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwi. Kriteria Empirik Dalam Menentukan Ukuran Sampel Pada Pengujian Hipotesis Statistik dan Analisis Butir, *Jurnal Formatif*, Vol 2 No 2 *Pendidikan Matematika Universitas IndraPrasta PGRI*, Jakarta. 2012. Diakses di <http://Jurnal.uip.ac.id> pada tanggal 5 Januari 2017.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran* (Dasar, Konsep dan Strategi), Ed 1 Raja Wali Press, Jakarta. 2012
- Cahyono. Penggunaan Facebook Sebagai Media Pemasaran Online, *Jurnal Penelitian Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala*, Surabaya. 2011. Diakses di <http://Jurnal.ac.id> pada tanggal 4 Februari 2017.
- Hayani. *Manajemen Pemasaran*, Suska Press. Pekanbaru. 2012.
- Mirratin. Strategi Public Relation Butik Dian Pelangi Dalam Mensosialisasikan Busana Muslim Melalui New Media, *Tugas Akhir Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah*, Jakarta. 2014. Diakses di <http://Skripsipenelitian.ac.id> pada tanggal 4 Februari 2017.
- Puryono. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD Galagah di Magetan. *Jurnal Ilmu dan Riset Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, Surabaya. 2014. Diakses di <http://Jurnal.stie.ac.id> pada tanggal 4 Februari 2017.
- Putra. Analisis Pengaruh Variabel Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Cuka Apel Tahesta Studi Kasus PT Tirta Sarana Sukses Pandaan, *Jurnal Penelitian Jurusan Teknologi Industri*

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.

*Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya Vol 3, Malang. 2011. Diakses di <http://Jurnal.ac.id> pada tanggal 4 Februari 2017.*

Puspita. Analisis Break Event Point Terhadap Perencanaan Laba PR Kreatifa Hasta Mandiri, *Tugas Akhir Jurusan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri, Yogyakarta. 2012. Diakses di <http://skripsiekonomi.ac.id> pada tanggal 4 Februari 2017*

Setiawati, Mashuri. Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online, *Jurnal Penelitian Jurusan Sistem Informasi STMIK HIMSYA, Surabaya. 2013. Diakses di <http://Jurnal.himsya.ac.id> pada tanggal 10 Februari 2017*

Silaen, Widiyono. *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Penerbit IN MEDIA, Jakarta. 2013.