

Daftar Pustaka

- Abrar, Ana Nadhya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Alvian B. (2012). “*Pengaruh Citra Merek (Brand image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova pada PT. Hadji Kalla cabang Polman.*” Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin.
- Alwi, Hasan, dkk. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka
- Dewi, Janita Ike. (2005). *Perspektif Baru dalam Strategi Branding*. Amara Books, Jakarta.
- M Nisrina. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kotler, Phillip Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Solomon, Michael R. (2011). *Consumer Behavior : Buying, Having and Being*, 9th ed.,. New Jersey: Pearson Addison Wesley
- Sudarma, I Komang (2014) *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Utari, Prahastiwi. (2011). *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi*. Dalam Fajar Junaedi [ed.] (2011). *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo
- UU Merek No.15 Tahun 2001 Pasal 1 Ayat 1, dalam http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_15_2001.pdf
- Wheeler, Alina. (2009). *Designing Brand Identity: an essential guide for the entire branding team* by Alina Wheeler (3rd ed). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- M Syarief, Reza(2005). *Live Excelllence, Menuju Hidup Lebih Baik*, Jakarta; Prestasi.

INTERNET

- Kominfo. 2017. Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang. Dakses pada 16Oktober 2017. https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker

JURNAL

- Reservin, Ervin. 2016. Communication Theory. (Diakses pada 16 Oktober 2017, http://www.academia.edu/6548719/TEORI_KOMUNIKASI_COMMUNICATION_THEORY)
- Ribot, Jesse C, & Lee, Nancy Peluso. 2003. A Theory Of Acces. (Diakses pada 16 Oktober 2017. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.15490831.2003.tb00133.x/abstract>)
- Harnowo, Putro Agus. 2012. *10 Perubahan di Otak Remaja yang Bikin Galau dan Labil.* (Diakses pada 17 Oktober 2017. <https://health.detik.com/read/2012/10/03/082957/2053177/1301/10-perubahan-di-otak-remaja-yang-bikin-galau-dan-labil>)
- Marco Robert & Puspa Ningrum Bernadheta Tyas. 2017. *Analisis Sistem Informasi E-Marketplace Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan.* DASI : vol 18 (diakses pada 8 februari 2019)
- Muktaf, Zein Mufarrih. 2016. *E-commerce sebagai Agen Konsumsi di Era Media Baru.* International Conference on Social Politic (ICSP) (Diakses pada 5 Maret 2019)
- JR Sitomorang. 2012. *Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan Dan Sosial Budaya.* Jurnal Administrasi Bisnis : Vol.8, hal. 73–87, (ISSN:0216–1249) (diakses pada 17 februari 2019)
- Arief, Millianyani. (2015). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe.* E-Proceeding of Management. Vol.2 No. 3 (diakses pada 10 april 2019)