

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Alter, Kim. 2007. *Social Enterprise Typology*. Wilmington: Virtue Ventures LLC.
- Andi. 2003. *Promosi Efektif dengan Web*. Semarang: Penerbit Andi.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: Rajawali Press.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- . 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Cravens, David W. 1998. *Pemasaran Strategis. Edisi Keempat Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- David, Fred R. 2002. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Prenhallindo.
- Evelina, Lidia. 2009. *Event Organizer Pameran*. Jakarta: Indeks.
- Hakim, Budiman. 2018. *Story Telling! Beriklan Lewat Cerita*. Yogyakarta: Indonesia Cerdas.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kismono, Gugup. 2001. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Marketing Management 14<sup>th</sup> ed*. USA: Pearson.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, Sandra dkk. 2008. *Advertising. Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan. Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Muktaf, Zein Mufarrih. 2015. *Periklanan Sebuah Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Buku Litera.

- Nickles, William G, James M.Mchugh, dan Susan M.Mchugh. 2010. *Pengantar Bisnis, Edisi 8 Buku 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Pawito, 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: L-Kis.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Dasar- dasar Pemasaran Manajemen*. Yogyakarta: Buku Seru.
- Sutopo, HB. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press.
- Suwatno. 2017. *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Utami, Christina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia Edisi 3*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Welch, Dave. 2018. *Social Media Marketing 2019 (Secret Strategies to Become an Influencer of Millions on Instagram, Youtube, Twitter, and Facebook While Advertising Your Personal Brand in 2018 and Beyond)*. USA: Independently Published.

## **Jurnal**

- Arifuddin, Rani Rifani dkk. 2019. *Pengaruh Personal Selling dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi PT. QBE Generale Insurance Indonesia Cabang Makassar*. Jurnal HJABE Vol. 2 No. 3 Tahun 2019.
- Bull, Mike. 2007. *Balance: The development of social enterprise business performance analysis tool*. Social Enterprise Journal Vol.3 No.1 2007. Emerald Group Publishing.
- Diyatma, Aris Jarmika. 2017. *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar*. jurnal *e-Proceeding of Management* Vol. 4 No.1 Tahun 2017.
- Galera, Guilia dan Borgaza, Carlo. 2009. *Social Enterprise: An International Overview of I'ts Conceptual Evolution and Legal Implementation*. Social

- Enterprise Journal Vol. 5 No. 3 2009. Emerald Group Publishing Limited.
- Indah, Ika Nur dan Lies Yulianto. 2011. *Pembuatan Website Sebagai Sarana Promosi Produk Kelompok Pidra Desa Gawang Kecamatan Kebonagung Kabupaten Pacitan*. Jurnal Speed Vol. 3 No.4 Tahun 2011.
- Indika, Deru dan Cindy Jovita. 2017. *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Jurnal Bisnis Terapan, Vol. 1 No.1 Juni 2017.
- Jamaludin, Achmad., Zainul Arifin dan Kadarisman Hidayat. 2015. *Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 21, No. 1 April 2015.
- Nugraha, Andreas Setya dkk. 2015. *Efektivitas Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Toko Ritel Produk Susu Cair PT. Frisian Flag Indonesia*. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, Vol. 1, No. 2, Desember 2015.
- Oktavianto, Yuda. 2013. *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Mie Ayam Pak Agus di Kota Batu*. Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 3 No.1 Tahun 2013.
- Priantoro, Boedi. 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Whatsapp (Studi Kasus Garuda Indonesia Solo)*. Prosiding. Seminar Nasional Cendekiawan ke 5 Tahun 2019 ISSN: 2460-8696.
- Purnana, Ridwan dan Pralina, Alfania Riska. 2016. *Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran The Centrum Bandung*. Jurnal Tourism and Hospitality Essential, Vol.VI No.1 Tahun 2016.
- Rahmayani. 2017. *Korelasi Interactive Marketing dan Personal Selling Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.4 No.1 Tahun 2017.
- Rochimah, Tri Hastuti Nur. 2009. *Evaluasi Kampanye Sosial Perilaku Hidup Bersih dan Sehat untuk Menurunkan Angka Diare di Kabupaten Kulonprogo*. Jurnal Ilmu Komunikasi , Volume 6, No. 1, Juni 2009.
- Triyono, Agus. 2011. *Pengaruh Situs Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Alternatif Untuk Promosi*. Journal Dian Vol.11 No.1 Januari 2011.
- Utomo, Hardi. 2014. *Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Sosial*. Jurnal Among Makarti, Vol.7 No.14 Tahun 2014.
- Wijaya, Bambang Sukma. 2011. *The Development of Hierarchy of Effect Model in Advertising*. International Research Journal of Bussiness Studies Vol. 5 No. 1.

### Internet

<https://m.republika.co.id/amp/oetnk63> diakses pada 2 April 2019.

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/9233/Lestarian-Produk-Tenun> diakses pada 2 April 2019.

<https://m.liputan6.com/amp/3245080/tenun-lurik-yogya-pantang-dihantam-masa> diakses pada 5 April 2019.

<https://bisniswisata.co.id/terun-lurik-jogja-jelajah-belanda/amp/> diakses pada 5 April 2019.

<https://m.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya> diakses pada 10 Agustus 2019.

<https://radarjogja.jawapos.com/2018/06/07/membangun-pesona-tenun-bayan-bersama-lawe-indonesia/> diakses pada 21 September 2019.

Statistik Kebudayaan 2016 diakses pada 29 Maret 2019.