

## DAFTAR PUSTAKA

- A.S.Rossa dan M.Shalahudin, 2013, *Rekayasa Perangkat Lunak*, Bandung : modula
- Fauzi, V. P. (n.d.). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Bountique Dalam Membangun Bran Awareness di Kota Pekanbaru. 2016, 3(1).
- Gunelius, S. (2011). *30-Minutes Social Media Marketing: Step-by-Step Techniques to Spread the Word About Your Business* (1st ed.). New York: McGraw-Hill.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall
- Lamb, C. W., Hair Jr, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Marketing. Climate Change - The Physical Science Basis* (Vol. 1).
- Meir, A., & Stormer, H. (2009). *sBusiness and eCommerce*. Berlin: Springer.
- Muttaqin, Z. (2010). Facebook Marketing. *Media*, 1(2), 312.
- Raharjo, B. 2011. *Membuat Database Menggunakan Mysql*. Bandung : Informatika Bandung
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Menghitung Bobot, Rating, dan OCRAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah* (1st ed.). Bogor: Suluh Media.
- Rofiq, A., Arifin, Z., & Wilopo. (2012). Pengaruh Penerapan Aida ( Attention , Interest , Desire , Action ) Terhadap Keputusan Pembelian.
- Ryan, D., & Jones, C. (2011). *The Best Digital Marketing Campaigns in the World: Mastering the Art of Customer Engagement*.
- Saragih, H., & David, C. (n.d.). IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION (SMO) SEBAGAI INTERNET MARKETING PADA FACEBOOK RUMAHANDAN PROPERTI.COM, 25–37.
- Schaffer, N. (2013). *Maximize Your Social*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Siswanto, T. (2015). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah, 2(1), 80–86.

Stokes, R. (2008). *eMarketing* (5th ed., Vol. 5). Quirk eMarketing (Pty) Ltd.  
<http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Taprial, V., & Priya, K. (2012). *Understanding Social Media. Statewide Agricultural Land Use Baseline 2015* (Vol. 1).  
<http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Tuten, T. L. (2008). Advertising 2.0. *Pragear. Westport.*

Wahana, A., Suyanto, M., & Amborowati, A. (2014). Analisis Penerapan Social Media Sebagai Strategi Bisnis Oleh Pelaku Bisnis Online, 4.