

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, Dave, Richard Mayer, Kevin Johnston, & Fiona Ellis-Chadwick. (2000). *Internet Marketing: Strategu. Impementattion, and Practice*. London: Pearson Education Limited.
- Fatichah, C. (2005). *Analisis dan Perancangan Sistem*. Surabaya: PIKTI-ITS.
- Jogiyanto. (2009). *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Keke, Y. (2015). Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik*, 2(1), 172-186.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lasmadiarta, M. (2011). *Extreme Facebook Marketing for Giant Profits*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3), 187-196.
- Morrisan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Muttaqin, Z. (2011). Facebook Marketing dalam Komunikasi Pemasaran Modern. *Teknologi*, 1(2), 103-109.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jibeka*, 11(2), 46-53.
- Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, 41-46.
- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity*, 2(1), 80-86.
- Utami, M. A., Lestari, M. T., & Putri, B. S. (2016). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran SMB Telkom University Tahun 2015/2016 Melalui Media Sosial Instagram. *e-Proceeding of Management*, 3(1), 859-866.