

DAFTAR PUSTAKA

- Berkowitz, Eric N. et. al. (2000). *Marketing*. Irwin/McGraw-Hill
- Fandy, Tjiptono. (2002). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Andi
- Hegel, G. W. F. (1977) *Phenomenology of Spirit* (trans. From edition VII, 1955 by A. V. Miller With Analysis Of The Text and Foreword by J. N. Findlay, F.B.A., F.A.A.A.S.). Oxford University Press, Oxford New York Toronto: Melbourne
- Kasali, Rhenald. (2011). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler dan Armstrong. (2014). *Principles of Marketing* (Global Edition, ed. 15).
England : Pearson Education Limited
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Nasution. (1992). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Penerbit Tarsito
- Rayport, Jeffrey F., Bernard J.Jaworski. (2003). *Introduction To E-Commerce*, (Second Edition ed). New York: McGraw-Hill
- Strauss, Judy., Frost, Raymond. (2009). *E-Marketing -5/E*. New Jersey: Pearson
- Susilo, B,. (2018). Pemasaran Digital Segmentasi Demografi Penggunaan Media Sosial di Kota Pontianak. *Eksplora Informatika*, 8(1), 69-79. Diambil 11 November 2019 dari <https://eksplora.stikombali.ac.id/index.php/eksplora/article/view/163>
- Sahni, D., & Mujiyana. (2009). Pengaruh Penerapan Periklanan di Internet dan Pemasaran Melalui Email Terhadap Pemrosesan Informasi dan Keputusan Pembeli. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*, 1(1), 1907-5022. Diambil 11 November 2019 dari <http://repository.gunadarma.ac.id/1395/>