**DAFTAR PUSTAKA**

Agustinova, Danu Eko*,* (2015)*. Memahami Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktek*,Cetak 1*,* Yogyakarta: Calpulis.

Fiske, John. (2016), *Pengantar Ilmu Komunikasi*,Cetak 4*,* Jakarta: Rajawali Pers.

Kertamukti, Rama, (2015), *Strategi Kreatif dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*,Cetak 1*.* Jakarta: Rajawali Pers.

Maarif, Zainul, (2016), *Logika Komunikasi*,Cetak 2*,* Jakarta: Rajawali Pers.

Moleong, Lexy, J, (2018), *Metodologi Penelitian Kualitatif*,Cetak 38, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mumtaz, Fairuzul, (2017), *Kupas Tuntas Metode Penelitian*,Pustaka Diantara.

Musthan, Zulkifli, (2014), *Teori*-*Teori Komunikasi*, Jakarta: Mazhab Ciputat.

Patilima, Hamid, (2013), *Metode Penelitian Kualitatif*, Cetak 4, Bandung: Alfabeta.

Poniman, Achmad Choerudin, (2017), *Manajemen Pemasaran*,Cetak 1*,* Yogyakarta : Sleman.

Priansa, Donni Juni, (2017), *Komunikasi Pemasaran Terpadu*,Cetak 1, Bandung: CV Pustaka Setia.

Prisgunanto, Ilham, (2014), *Komunikasi Pemasaran Era Digital*, Jakarta: CV. Prisani

 Cendekia.

Rangkuti, Freddy, 2017, *Riset Pemasaran*,Cetak 14*,* Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Shimp, Terence A, (2014), *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*, Jakarta: Salemba Empat.

Sudaryono, (2016), *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*,Edisi 1*.* Yogyakarta: C.V. Andi Offset.

Suhartanto, Dwi, (2014), *Metode Riset Pemasaran*,Cetak 1, Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang, (2018), *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*,Cetak 3, Yogyakarta: CAPS.

Suryani, Taktik, (2017), *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*, Edisi 1, Jakarta: Prenadamedia Group.

Suryanto, (2017), *Pengantar Ilmu Komunikasi*,Cetak 2*,* Bandung: CV Pustaka Setia.

Sutriadi, Ridwan, (2017). *Media Sosial dan Perencanaan Kota*,Edisi 1, Cetak 1*,*

Bandung: ITB.

Tjiptono, Gregorius Chandra, (2017), *Pemasaran Strategik-Mengupas Pemasaran*

*Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif*

*hingga e-Marketing*,Edisi 3*,* Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy, (2014), *Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*,Edisi 1*,* Yogyakarta: C.V. Andi Offset.

**Jurnal :**

Kaplan, Haenlein (2010: 61), *Persepsi Digital Dependent terhadap Pemanfaatan Media Sosial dan Dampak Sosial Ekonominya,* Volume 15, Nomor 1, Yogyakarta : Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Manalu, Pradekso, Setyabudi (2018: 19), *Persepsi Digital Dependent terhadap Pemanfaatan Media Sosial dan Dampak Sosial Ekonominya,* Volume 15, Nomor 1, Yogyakarta : Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Siddiqui, Singh. (2016), *Persepsi Digital Dependent terhadap Pemanfaatan Media Sosial dan Dampak Sosial Ekonominya,* Volume 15, Nomor 1, Yogyakarta : Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

**Internet :**

# Salamadian, 2017, *SIMBOL FLOWCHART : Pengertian, Jenis, Fungsi dan Contohnya*, 27 April 2017 <https://salamadian.com/simbol-simbol-flowchart/>