

## DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi Dyah, S. (2016). *Media sosial : Interaksi, Identitas dan Modal Sosial* PRENADAMEDIA GROUP.
- A,Melani, Anthony A (2017) *Social Media And Academic Performance Of Undergraduate Students, International Journal Of Research , E-ISSN :2348 - 6848, Vol 04 No 14*
- AR Cindoswari, D Diana (2019). "Peran Media Massa Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Di Komunitas KPOPERS Batam" *Jurnal Komunikasi Universitas Garut. E-ISSN :2580-53X , P-ISSN; 2461-0836, Vol 5 No 2*
- As'ad, H. Abu-Rumman (2014) *The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan, 014 Society of Interdisciplinary Business Research (www.sibresearch.org), ISSN: 2304-1013 (Online); 2304-1269 (CDROM) Rev. Integr. Bus. Econ. Res. Vol 3(1)*
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. 45.
- Chaubet, F. (2015). *Globalisasi Budaya* (F. I. Mokoginta (ed.)). Jalasutra.
- Hamka, A. (2015). Efek Video Tutorial Online Dalam Kegiatan Ekstrakurikuler Animasi di SMKN 7 Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 3(3).
- Kaparang, O. M. (2013). ANALISA GAYA HIDUP REMAJA DALAM MENGIMITASI BUDAYA POP KOREA MELALUI TELEVISI (Studi pada siswa SMA Negeri 9, Manado). *Journal*, II(2).
- Krisyantono,R.(2014).Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Kotler and keller. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap KepuasanPelanggan Pada Expedisi Di Surayaba. *Ilmu & Riset Managemen*.
- Kotler, P.,& Keller, K.L (2012) *Marketing Management (14<sup>th</sup> E)*. New Jersey: Prentice Hall
- Moleong,J.L (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung:PT. Remaja Rosdakary Offset.
- Setyosari, P. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangnya*. Kencana Predana Media Group.
- Suciati. (2017). *Teori Komunikasi dalam Multi Perspektif* (1st ed.). Buku Litera.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (23rd ed.). Alfabeta.

Sugiyono, S. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta

Zarella, Dan. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta

### **Halaman Internet**

<http://www.wearesocial.com.sg> Diakses pada Oktober 2019

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/mediasosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia>, Diakses pada Oktober 2019

<https://m.tempo.co/read/news/2013/05/10/072479357/jumlah-blogger-di-indonesia-capai-5-juta-orang>, Diakses pada Oktober 2019

<http://www.antaraneews.com>, Diakses pada Oktober 2019

<http://wearesocial.com>. Diakses pada Oktober 2019

<https://www.batamnews.co.id//> Diakses pada Oktober 2019

<http://wearesocialhootsite.com>. Diakses pada Oktober 2019

<http://edukasi.kompas.com/read/2014/08/13/10110067/17.Travel.Blogger.Seru.Indonesia>, Diakses pada Oktober 2019

<http://wearesocialhootsite.com>., Diakses pada Oktober 2019

<https://elitemarketer-id.cdn.ampproject.org/v/s/elitemarketer.id/social-media/instagram-untuk-bisnis-menggunakan-user-generated-content>, Diakses pada Oktober 2019

<http://www-jawaposcom.cdn.ampproject.org/v/s/www.jawapost.com/pengembangan-wisata-di-batam-itu-itu-saja/> , Diakses pada Oktober 2019