

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, H. H. (2017). Penerapan Economic Order Quantity (Eoq) Untuk Persediaan Teh Goalpara Seduh Dalam Upaya Efisiensi Biaya Persediaan Di Unit Industri Hilir Teh Pada Pt Perkebunan Nusantara Viii.
- Atriana, N. (2017). Pengaruh Reputasi Dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Di Bandar Lampung.
- Masduko, U. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung.
- Parinduri, T. H. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Whatsapp Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kesehatan Pelabuhan Kelas I Medan.
- Pratama, R. B. (2019). Realisasi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai Yang Dipengaruhi Oleh Pencairan Tunggakan Pajak Atas Penagihan Pajak Dan Jumlah Pengusaha Kena Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying Tahun 2014- 2017).
- Punkasaningtiyas, R. (2018). Ubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Kualitas Tidur, Kestabilan Emosi Dan Kecemasan Sosial Pada Remaja Di Sman 20 Surabaya.
- Rahmadi, Y. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Followers Instagram @Kulinerpku. 9.
- Santoso, A. P. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita.
- Shiddiq, S. (2020). Pengaruh Media Sosial Facebook Dalam Penyebaran Hoax Dan Dampaknya Terhadap Kecemasan Masyarakat (Studi Terhadap Masyarakat Di Kota Yogyakarta).
- Syahputra, & Wibowo, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Berbasis Digital Pada Media Soisal Facebook Tehadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Produk Indihome Di Plaza Telkom Lembong Kota Bandung Tahun 2019. *Eproceedings Of Applied Sciene* , 5.
- Wibowo, S., Hidayat, R., Sari, & Kaltum. (2020). Measuring The Effect Of Advertising Value And Brand Awareness On Purchase Intention Through The Flow Experience Method On Facebook's Social Media Marketing Big

Data. In 2020 8th International Conference On Cyber And It Service Management (Citsm) (Pp. 1-5). *Jeee [Sw1]*.

Aisya, T. R., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Metode Pemasaran Online Pada Instagram & Whatsapp Dan Offline Pada Door To Door Dan Event Terhadap Keputusan Pembelian Transvision Bandung Tahun 2020. *E-Proceeding Of Applied Science*, 6(2), 1285–1295

WEB

<https://aptika.kominfo.go.id>, 2020

<https://dvs.co.id>, 2020

<https://kaltim.bps.go.id/>, 2018