

## DAFTAR PUSTAKA

- Ab Hamid, Noor Raihan., Md Akhir, Romirza., & Cheng, Aw Yoke. (2013). *Social media: an emerging dimension of marketing communication*. Journal of Management and Marketing Research
- Ahdani, (2014). Kecanduan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa. [Online].  
<http://teknologi.kompasiana.com/gadget/2014/06/18/kecanduan-media-sosial-di-kalangan-mahasiswa-662925.html> [18 Juni 2014]
- Alexa. (2014). *The top 500 sites on the web*. [Online]. <http://www.alexa.com/topsites> [23 Februari 2014]
- Anamaputra. (2014). *Samsung Merupakan Penguasa Pasar Smartphone Dunia*. [Online].  
<http://www.centroone.com/lifestyle/2014/04/1y/samsung-masih-penguasa-pasar-smartphone-dunia/>  
[25 Juni 2014]
- APJII. (2014). *Indonesia Internet User*. [Online].<http://www.apjii.or.id/v2/read/article/apjii-at-media/223/apjii-pengguna-internet-di-indonesia-terus-meningka.html> ) [23 Februari 2014]
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Manajemen Penelitian*. Jakarta Indonesia: PT. Rinek Cipta
- Ayuk, (2014). 10 Jejaring Sosial Populer di Indonesia. [Online]. <http://www.top10magz.com/10-jejaring-sosial-populer-di-indonesia/> [3 Februari 2014]
- Baihaki. (2012). *Indonesia Peringkat 5 Pengguna Twitter Terbanyak Di Dunia*. [Online].  
<http://sidomi.com/116387/indonesia-peringkat-5-pengguna-twitter-terbanyak-dunia/> [24 Februari 2014]
- Broekhuizen, Thijs. (2006). *Understanding Channel Purchase Intention: Measuring and Offline Shopping Value Perception*. Netherland: Labyrinth Publication
- Bungin, Burhan. (2008). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group
- Cheung Christy M.K. & Lee Matthew K.O. (2010). *A theoretical model of intentional*
- Chung ,In-Keun and Leeb ,Myung-Moo.(2003). *A Study of Influencing Factors for Repurchase Intention*
- Duri, (2014). Perempuan Rajai Penggunaan Media Sosial. [Online].  
<http://www.solopos.com/2014/03/16/perilaku-modern-perempuan-rajai-penggunaan-media-sosial-496530>  
[16 Maret 2014]

- Ebizmba, (2014). Top 15 Most Popular Social Networking Sites. [Online]  
<http://www.ebizmba.com/articles/most-popular-websites> [ 1 September 2014]
- Ghozali, Iman. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hari Wibisono, Yungki. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Dengan Perilaku Niat Sebagai Variable Intervening Pada Situs Kaskus*.
- Haryanto dan Nugrohadhi. (2011). *Pengantar Sosiologi Dasar*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Hawkins dan Mothersbaugh. (2013). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill/Irwin
- Henri. (2013). *Riset Pengguna Media Sosial 2013*. [Online]. <http://artikelinformasi.com/riset-pengguna-social-media-2013/> [23 Juni 2014]
- Huang, Echo. *Online Experience And Virtual Goods Purchase Intention*. Internet Research Vol.22  
 in Internet Shopping Malls. 0-7695-1926-1/03/\$17.00
- Infobanknews. (2013). *Nyaris 36 Juta Pengguna Internet Belanja Online*. [Online].  
<http://www.infobanknews.com/2013/04/nyaris-36-juta-pengguna-internet-belanja-online/> [22 April 2014]
- Jagongo, Ambrose. (2013). *The Social Media and Entrepreneurship Growth (A New Business Communication Paradigm among SMEs in Nairobi)*. International Journal of Humanities and Social Science Vol. 3 No. 10
- Jemadu, (2013). Studi: Twitter Tempat Favorit Anak Muda Narsis, Facebook untuk Orang Dewasa. [Online]. [http://www.beritasatu.com/iptek/119299-studi-twitter-tempat-favorit-anak-muda-narsis-facebook-untuk-orang-dewasa.html?no\\_redirect=true](http://www.beritasatu.com/iptek/119299-studi-twitter-tempat-favorit-anak-muda-narsis-facebook-untuk-orang-dewasa.html?no_redirect=true) [12 Juni 2014]
- John Vivian. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler & Keller. (2012). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Armstrong. (2012). *Principles Of Marketing*. United States: Prentice Hall

- Laudon & Traver. (2012). *E-Commerce 2012 Business Technology Society*. London : Pearson Education
- Maharani, Mutia, et al. (2012). *Faktor-Faktor Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing : Studi Kasus Coffee Toffee Indonesia*. *Jurnal Teknik Pomits* Vol. 1, No. 1,
- Monacool. (2012). *Dampak Positif & Negatif Perkembangan Teknologi Informasi* [Online]. <http://forum.kompas.com/internet/206391-dampak-positif-negatif-perkembangan-teknologi-informasi.html> [23 Februari 2014]
- Muslim, Rachmat. (2013). *10 Alasan Belanja Tahun Baru Lewat Online*. [Online]. <http://id.she.yahoo.com/10-alasan-belanja-tahun-baru-lewat-online-034708595.html> [23 Februari 2014]
- Neti, Sisira. (2011). *Social Media and Its Role in Marketing*. *International Journal of Enterprise Computing and Business System*.
- Paragita, Mitha Rana. (2013). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Mengajukan Kredit Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk. Cabang Nganjuk*.
- Peter and Olson. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Priyatno, Duwi. (2011). *Buku Saku SPSS (Analisis Statistik Data Lebih Cepat, Efisien, dan Akurat)*. Yogyakarta: MediaKom
- Purwanti. (2011). *80 Persen Perusahaan Asia Optimalkan Sosial Media*. [Online]. <http://tekno.kompas.com/read/2011/10/29/16164450/80.persen.perusahaan.asia.optimalkan.sosial.media> [12 Februari 2014]
- Rahayu, Eva Martha. (2014). *Mengapa Makin Banyak Orang Indonesia Berbelanja Online*. [Online]. <http://swa.co.id/business-research/mengapa-makin-banyak-orang-indonesia-berbelanja-online> [2 Juli 2014]
- Riduwan. (2012). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru – Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta
- Sago, Paul. (2012). *Perbedaan Twitter dan Facebook Untuk Bisnis*. [Online]. <http://startupbisnis.com/perbedaan-twitter-dan-facebook-untuk-bisnis/> [24 Juli 2014]

Sarwar, Abdullah., Haque, Ahassanul., & Yasmin, Farzana. (2013). *The Usage of Social Network as a Marketing Tool: Malaysian Muslim Consumers Perspective*. International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences Vol. 2, No. 1

Sarwono, Jonathan. (2012). *Metode Riset Skripsi Kuantitatif (menggunakan prosedur SPSS) Tuntutan Praktis Dalam Menyusun Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Schiffman & Kanuk. (2010). *Consumer Behavior*. Jakarta: Indeks

Sedarmayanti dan Hidayat. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju

Sekaran and Bougie. (2009). *Research Method For Business A Skill Building Approach*. India: Thomson Digital

Setyowati,R. (2012). *Prospek Belanja Online*. [Online].

<http://tekno.kompas.com/read/2012/10/05/02371027/prospek.belanja.quotonlinequot>. [22 April 2014]

Sinaga, R. (2014). *APJII: pengguna internet di Indonesia terus meningkat*.

[Online].<http://www.antaranews.com/berita/414167/apji-pengguna-internet-di-indonesia-terus-meningkat> [20 April 2014]

*social action in online social networks. Decision support system*. Vol. 49, P 24-30.

Socialbakers. (2014). *Facebook pages statistics and number of fans*. [Online].

<http://www.socialbakers.com/facebook-pages/brands/country/indonesia/> [24 Februari 2014]

Socialbakers. (2014). *Twitter brand statistic*. [Online].

<http://www.socialbakers.com/twitter/group/brands/country/indonesia/> [23 Februari 2014]

Socialbakers. (2014). *Facebook statistics by country*. [Online]. [http://www.socialbakers.com/facebook-](http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/)

[statistics/](http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/) [23 Februari 2014]

Solis, Brian. (2011). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons

Srihayatun Nufus,Gita. (2013). *Pengaruh Jejaring Sosial Twitter Terhadap Perubahan Perilaku Transaksi Remaja Kota Bandung*

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Supradono dan Hanum. (2011). *Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Dengan Pelanggan Pada Layanan E-Commerce*. *Value Added*, 7(2).
- Suryani,Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Trisnawati,Ella., Suroso, Agus., & Kumorohadi, Untung. (2012). *Analisis Faktor-Faktor Kunci Dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (Study Kasus Pada Konsumen Fesh Shop)*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*,19(2)
- Vaswani, K. (2012). *Indonesia's love affair with social media*. [Online].<http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-17054056> [23 Februari 2014]
- Vinerean, Simona., Cetina, Luliana., Dumitrescu, Luigi., & Tichindelean, Mihai., et al. (2013). *The Effects of Social Media Marketing on Online Consumer Behavior*. *International Journal of Business and Management*, 8 (14).
- Wen Chao. (2011).*An integrated model for customer online repurchase intention*. Faculty Research & Creative Activity
- Whiting, Anita. (2013). *Why People Use Social : A Use And Gratification Approach*. An International Journal.
- Yulianti, Ni Made Dhian Rani., Sri Suprapti, Ni Wayan., & Kerti Yaa, Ni Nyoman. (2014). *Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang pada Circle K di Kota Denpasar*. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol.8 No.1
- Zarella. (2010). *The Social Media Marketing*. Canada: O'Reilly Media
- Zeithaml, Bitner & Gremler. (2012). *Service Marketing*. North America: McGraw-Hill/Irwin