

## Daftar Pustaka

- Ahmadi, Candra, dan Dadang Hermawan. 2013. *E-Business & E-Commeece*. Yogyakarta, Andi
- Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein, 2010, “User of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media”. *Business Horizon (2010)* 53, 59-68.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Arvinlucy Akinyi Onditi. 2012. An evaluation of promotional elements influencing sales of an organization: a Case study of sales of agricultural and non-agricultural products among Women groups, homa bay district, kenya. *International Journal of Business and Social Science. Vol. 3 No. 5; March 2012*.
- Burhan H. M. Bungin. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif. Edisi2*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Diana, Anastasia dan Fandy Tjiptono. 2001. *Mengenal E-Business*. Yogyakarta, Andi.
- \_\_\_\_\_. 2007. *E-Business*. Yogyakarta, Andi.
- Elly Muningsih, 2014. “Facebook Commerce, E-Commerce Pada Media Sosial Facebook yang Modern dan Ppopuler” *Bianglala Informatika Vol. II. No 1 Maret 2014*.
- Hatane Samuel, 2007. “Pengaruh Stimulus Media Iklan, Uang Saku, Usia, dan Gender Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Periwisata)”. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 2, No. 1, April 2007: 31-42*.
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, 2014. “Panduan Optimalisasi Media Sosial” E-book
- Kotler, Philip., Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 2 edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat. 2004. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis Ekonomi*. UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Mochamad Jordanis Akbar, 2014. “Analisis Anteseden Preferensi Pembelian Online di Kota Semarang)”. *Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2014*.

- Muhammad, Abdulkadir, 2005. *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Bandung: Pt. Citra Aditya Bakti.
- Muslichah erma widiana, 2012. "Penggunaan Teknologi Internet Dalam Sistem Penjual Online untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Pembelian Berulang Produk Batik Pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur". *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, vol.14, no 1, Maret 2012: 71-81.
- Noor. Juliansyah., 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Revalia Luthfiana, 2014. "Analisis Kualitas Pelayanan, Promosi dan *Hedonic Shopping Motives* yang Mempengaruhi *Impulse Buying* Dalam Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.)" *Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Rr. Dian Ayu Gemilang S.T, 2011. "Peran Facebook sebagai Media Komunikasi Bisnis Online (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Facebook sebagai Media Komunikasi Bisnis Online)" *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur*.
- Sarah B. Swidan, Ahmed F. Hassaballah, 2013. "The Impact Of Information Technology And Social Networks In The Integrated Marketing Communication Process For Products And Services", *American Academic & Scholarly research special issue journal* vol. 5, no. 3, April 2013.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leislle Lazar, 2000. *Consumer Behavior. Seventh Edition*. USA :Prentice-Hall, Inc.
- Sony kusumasondjaja, 2014. "Efektivitas *Social Media Advertising*: Peran *Brand Familiarity* Dan Kongruensi *Endorser*" *jmk*, vol. 16, no. 1, maret 2014, 83-92
- Sri Wahyuni, 2010. "Katalog Online Shop Di Facebook, Status Ekonomi Dan Perilaku *Online Shopping* (Studi Tentang Pengaruh Terpaan Katalog Online Shop Di Facebook, Status Ekonomi Terhadap Perilaku Membeli Produk Online Di Kalangan Mahasiswi Angkatan 2010 Uns)", *Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Massa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta 2010*.

Yohanes Suhari, 2008. Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Stikubank Semarang. *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik Volume XIII, No. 2, Juli 2008 : 140-146.*

Zainal Muttaqin, 2011. “facebook *marketing* dalam komunikasi pemasran modern” *Jurnal teknologi, vol. 1, no. 2.*

