

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., Patilaya, E. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SALT n PEPPER PADA PT MITRA BUSANA SENTOSA BINTARO. Jurnal KREATIF: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan, Vol. 6, No. 2*
- Assegaff, S. (2015). *Pengaruh Trust (Kepercayaan) dan Online Shopping Experien ces (Pengalaman Berbelanja Online) terhadap Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Online : Prespektif Konsumen di Indonesia. (66), 463–473.*
- Assegaff, S. (2017). *Evaluasi Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Knowledge Sharing. Jurnal Manajemen Teknologi Vol. 16, No. 3*
- Bahrin, S., Alifah, S., Mulyono, S. (2017). *Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran Dan Penjualan Berbasis Web. Jurnal Transistor Elektro dan Informatika (TRANSISTOR EI), Vol.2, No. 2*
- Batam, U. (2018). *Membangun Model PLS di SmartPLS. 16–17. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2538001>*
- Cahyono, A.S. (2016). *Pengaruh Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. Jurnal Publiciana 9 (1) 140-157*
- Chandra, E. (2017). *YOUTUBE, CITRA MEDIA INFORMASI INTERAKTIF ATAU MEDIA PENYAMPAIAN ASPIRASI PRIBADI. Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, Vol. 1, No. 2.*
- Herawati, J. (2019). *FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE MENGGUNAKAN FACEBOOK BERDASARKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR. Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika Vol. 16 No. 1*

- Indrayana, B., Seminar, K.B., dan Sartono, B. (2016). Faktor Penentu Minat Penggunaan instagram untuk PeMBelian ONLINE Menggunakan teChnologY aCCePtanCe Model (taM) dan theorY oF Planned Behavior (TPB). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, Vol. 2 No. 2,
- Kurniawan, P. (2017). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN MODERN PADA BATIK BURNEH. *Jurnal Kompetensi*, Vol. 11, No. 2.
- Kurniawati, d., Arifin, N. (2016) Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika: Researc and Learning in Communication Study 1* (2).
- LuhSasi, D.I., Sadjarto, A. (2017). Youtube: Trobosan Media Pembelajaran Ekonomi Dan Bisnis. *Prosiding Seminar Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis 3* (1)
- Maith, H.A. (2013). ANALISIS LAPORAN KEUANGAN DALAM MENGUKUR KINERJA KEUANGAN PADA PT. HANJAYA MANDALA SAMPOERNA TBK. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3
- Mujiati, H. (2014). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Stok Obat pada Apotek Arjowinangun. *Speed Journal-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi - Volume 11 No 2*
- Muttaqin, Z. (2011). *FACEBOOK MARKETING DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN MODERN. TEKNOLOGI, VOL.1, NO. 2.*
- Nurendah, Y. (2013). *Perpustakaan Terhadap Kepuasan dan Hubungannya dengan Loyalitas Mahasiswa. 1*(1), 93–112.
- Rinjani, H., Firmanto, A. (2013). Kebutuhan Afilasi Dengan Intensitas Mengakses Facebook Pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan 1* (1),

756-78.

Saggaf, S., Salam, R., Kahar, F., Akib, H. (2014). PELAYANAN FUGSI ADMINISTRASI PERKANTORAN MODERN, *Jurnal Ad'ministrare*, Vol. 1, No. 1

Saputro, P.H., Budiyanto, A.D, Santoso, A.J. (2015). *Model Delone and Mclean untuk mengukur kesuksesan E-government Kota Pekalongan. Scientific Journal of Informatics*, Vol. 2, No. 1

Sopiah, N. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Facebook. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI) 1 (1)*.