

DAFTAR PUSTAKA

- Ardoni. (2017). *Teknologi Informasi dan Perpustakaan*. Jakarta: Sagung Seto.
- Ariestya Ayu P. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Jual Beli Online Di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya Melalui Instagram*. [Skripsi]. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Blumler J.G., Brown J., McQuail D. (1972). *The television audience: A revised perspective Sociology of Mass Communication*. Middlesex, England: Penguin.
- CNBC Indonesia. (2018, 31 Juli). Fakta-Fakta Menarik Facebook di Tahun 2018. Diakses pada 21 Oktober 2019, dari <https://www.cnbcindonesia.com/>
- Dailysocial. (2018). Survei APJII: Pengguna Internet di Indonesia Capai 171,17 Juta Sepanjang 2018. (Online), (<https://dailysocial.id/post/pengguna-internet-indonesia-2018>). Diakses tanggal 21 Oktober 2019).
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- He, W., Wang, F. K., Chen, Y., & Zha, S. (2017). An exploratory investigation of social media adoption by small businesses. *Information Technology and Management, 18*(2), 149–160. <https://doi.org/10.1007/s10799-015-0243-3>
- Julia, T. Wood. (2009). *Communication In Our Lives, Sixth Edition*. Wadsworth Publishing: Boston.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*.

<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Karayanni, D.A. (2003). Web-Shoppers and Non-Shoppers: Compability, Relative Advantage and Demographics. *Emerald European Bussiness Review*, 15 (3), 144-145.

Khoo, C. S. G. (2014). Issues in information behaviour on social media. *Libres: Library & Information Science Research Electronics Journal* 24(2) 75-96.

Kompas.com. (2018, 2 Maret). Indonesia, Pengguna Facebook Terbanyak ke-4 di Dunia. Diakses pada 21 Oktober 2019, dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia>.

Mardiana Wati & A.R. Rizky. (2009). *5 Jam Belajar Cepat Menggunakan Facebook*. Bandung: Yrama Widya.

McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga

Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers

Pamungkas, Saad. (2019). *Rahasia Cepat Kaya Hanya Dari Modal Facebook, Whatsapp, dan Instagram*. Yogyakarta: QUADRANT

Rulli Nasrullah. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sarantakos, S. (2002). *Social Research*. South Yarra: Macmillan Publisher

Septania, R. C. (2018). "Indonesia Pengguna Facebook Terbanyak ke-4 Dunia", (Online), (<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia>). Diakses tanggal 7 Maret 2019).

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*. Bandung:

Alfabeta.

Suyanto, Bagong dan Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Surabaya: Kencana.

Suyasa, Y. dan Fransisca. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Pronesis*. Desember Vol. 7 No. 2 hlm, 172-199.

Vaterlaus, J. M., Patten, E. V., Roche, C., & Young, J. A. (2015). Getting healthy: The perceived influence of social media on young adult health behaviors. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.013>

West Richard & Lynn H. Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Buku 1 edisi ke-3 Terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika.

Williams, D. L., Crittenden, V. L., Keo, T., & Mccarty, P. (2012). The use of social media: An exploratory study of usage among digital natives. *Journal of Public Affairs*. <https://doi.org/10.1002/pa.1414>

Yusuf, Muri. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Zimmerman, J., & Sahlin, D. (2011). *Social Media Marketing All-in-One For Dummies®*. *Social Media Marketing All-in-One For Dummies®*. <https://doi.org/10.1002/9781118257661>