

## DAFTAR PUSTAKA

- ActionCOACH, 2015. *Indonesia :Data Snapshot*. [online]  
<http://www.actioncoachindonesia.com/single-post/2015/09/28/Indonesia-Digital-Data-Snapshot> [4 Januari 2016]
- Adi, Hari Pramono (2014). *Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online dijejaring sosial facebook*. *Jurnal bisnis dan manajemen*; 2(2): 1-11
- Bashar, Abu, et al (2012) *Effectiveness of Social Media as a Marketing Tool : an Empirical Study*. *International journal of marketing*; 11(1): 88-99
- Basil, Glory, et al (2013). *The marketing mix elemnt as determinants of consumer's choice of made-in-nigeria shoes incross river state*; *European Journal of Business and Management*; 6(5) : 141-147
- Budiawati, H. *Implementasi Marketing Mix dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung Di Kabupaten Lumajang*. *Jurnal WIGA*;2012:2(2):30-42.
- Businessinsider. 2014. *Share Of Social-Generated E-Commerce Revenue*. [online] tersedia: <http://www.businessinsider.co.id/social-commerce-2015-report-2015-6/?r=US&IR=T> [23 November 2015]
- Businessinsider. 2013. *The Rise Of Social Commerce: How Tweets, Pins And Likes Can Turn Into Sales* [online] tersedia: <http://www.businessinsider.com/social-commerce-drives-retail-2013-8?IR=T&r=US&IR=T> [14 Januari 2016]
- Danang, sunyoto.2007. *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*, Yogyakarta: Amara Books.
- Darmawan,Deni. 2013. *Metode penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT remaja rosdakarya.

- Djakarta, Deka I. (2012). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada indonesia seller perusahaan E-commerce eBay)*. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Ekawati, Ni Wayan 2014. JEJARING SOSIAL/FACEBOOK SEBAGAI MEDIA E-PENGECEK, 210-215
- Farooq, Faraz dan Jan, Zohaib (2012). *The Impact of Social Networking to Influence Marketing through Product Reviews. Internasional journal of information and communication technology reasearch*; 6(2) : 627-637
- Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gudono. 2011. *Analisis Data Multivariat*. Yogyakarta : BPFE.
- Hidayat,Wicak. (2014). *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*. [online].[https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media) [14 Januari 2017]
- Indrawan, Rully dan Yaniawati Poppy. 2014.*Metodelogi Penelitian Kuantitatif,Kualitatif,dan Campuran untuk Manajemen,Pembangunan,dan Pendidikan*. Cetakan Kesatu, PT.Refika Aditama : Bandung.
- Jaya, Kriyana. (2015). *Cara Posting Jualan di Grup Facebook*. [online]. <http://www.akriko.com/2015/05/cara-posting-jualan-di-grup-facebook.html>. [12 Februari 2016]
- Tanjung, Jenu Wijaya, 2004, *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, Malang: Bayumedia Publisng
- Thakur, Satendra, et al. (2015). *Relationship between Marketing Mix and Consumer Buying Behavior : a study*. 3(5), 178-188. Ge-International Journal of Management Research.

- Kerin, A Roger, et all. 2011. *Marketing The Core*. McGraw-Hill : New York
- Kotler, Philip dan Amstrong, G. 2010. *Principles of marketing Thirteenth Edition*. Pearson Education: New Jersey
- Kotler, Philip dan Amstrong, G. 2012. *Principles of Marketing Fifteenth Edition*. Pearson Education Limited: England
- Kotler, Philip dan Keller L Kevin. 2009 . *Manajemen Pemasaran*,ED 13 jilid 1. Erlangga : Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller L Kevin. 2012 *Marketing Management*, 14th, Pearson Education : New Jersey.
- Malholtra. 2005. Riset Penelitian.Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Martono dan Nanang. 2010. *Statistik Sosial Teori dan Aplikasi Program Spps*. Yogyakarta: Gava Media
- Neolaka, Amos. 2014. *Metode Penelitian dan Statistik*. Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Nugroho, Heru dan Kastaman. (2014). *Pengaruh Media Sosial Facebook Dalam Peningkatan Penjualan Bisnis Online*; Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST). 1(8): A161-A168
- Prasad, R.K, et al 2014. Consumer buying decisions models: A descriptive study. International Journal of Innovation and Applied Studies; 2014:6(3): 335-351.
- Pratama, Felix Chianasta dan Sandy Wijaya (2014) *The Impact of Marketing Promotion through Social Media on People's Buying Decision of Lenovo in Internet Era: A Survey of Social Media Users in Indonesia*. International Journal Of Scientific and Research Publication; 4(1): 1-6.

- Sanusi, anwar, 2011, *Metodelogi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Sarwono, Jonathan dan Tutty Martodiredjo. 2008. *Riset Bisnis Untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodelogi Penelitian Untuk Bisnis (buku 2 edisi keempat)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma.2014. *Metodelogi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Setiawan, Wilson dan Sugiono Sugiharto. 2014. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran; 2014 : 2(1): 1-8
- Sidik, Moh Priadana dan Saludin Muis. 2009. *Metodelogi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Statista.2014. *Facebook penetration in selected Asia Pasific Countries as Of 4th quarter 2014* [online] tersedia: <https://www.statista.com/statistics/238516/facebook-penetration-apac-countries/> [16 Januari 2017]
- Statista. 2015. *Number of desktop social networking users in selected global regions as of June 2015 (in millions)* [online] tersedia: <https://www.statista.com/statistics/454772/number-social-media-user-worldwide-region/> [15 Januari 2017].
- Statista.2017. *Leading social networks worldwide as of January 2017, ranked by number of active users (in millions)* [online] tersedia : <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> [17 Januari 2017].
- Sugiyono. 2009. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta : Bandung
- Sugiyono. 2014. *Metodelogi Penelitian Manajemen*. Alfabeta : Bandung

- Suharsimi Arikunto. 2009. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2006. *Pengantar Stastistika*. Jakarta: Bumi Aksara
- Verina, Eunika, et al (2014). Faktor-faktor yang memperngaruhi keputusan pembelian paa toko *fashion* di jejaring sosial facebook (Survei pada Konsumen Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook yang berlokasi di Indonesia). Jurnal Administrasi bisnis; 2014: vol 1: 1-10
- Wangko, M.C (2014). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Panther Pada PT Astra Internasional – Izuzu Manado. Jurnal EMBA; 2013: 1(3): 541-549.
- Zoel. 2012. Transaksi Jual-Beli Melalui Media Sosial [online] tersedia: <http://www.marketing.co.id/transaksi-jual-beli-melalui-media-sosial/> [15 Januari 2017].