

DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, Tengku S., Shariffadeen, Tengku M. A., Hassan Musa A., & Hassan Md. Salleh Hj. *Acceptance and Usage of Webcasting Among Users of Selected Cyber Cafés in Klang Valley*, 24(1), 46-62. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*
- Bauer, Hans H., Barnes, Stuart J., Reichardt, Tina, & Neumann, Marcus M. (2005). *Driving Consumer Acceptance Of Mobile Marketing: A Theoretical Framework And Empirical Study*. 1-12. *Journal of Electronic Commerce Research*.
- Christiyanti, Marieta & Medyawati, Dr. Henny, Skom, MM. (2010). *Analysis Technology Acceptance Model (Tam) on Application E-Banking (Empirical Study of Bank Customers in Bekasi)*. 1-22.
- Edris, Mochamad. *Mobile Marketing Masa Depan Dunia Marketing*. 1-18.
- Facchetti, A., Rangone, A., Renga, F. M., and Savoldelli, A. (2005). *Mobile marketing: an analysis of key success factors and the European value chain*. *International Journal of Management and Decision Making* Vol. 6 No. 1. 65-80.
- Kartika, Shinta Eka. (2009). *Analisis Proses Penerimaan Sistem Informasi Icons Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model Pada Karyawan Pt.Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. di Kota Semarang*. Tesis pada Universitas Diponegoro: Diterbitkan.
- Khakim, Kharisma Nur. (2011). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Software Akuntansi MYOB dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Skripsi pada Universitas Diponegoro: Diterbitkan.

- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane.(2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 3* (Cetakan Kelima). Jakarta: Erlangga.
- Krum, Cindy. (2010). *Mobile Marketing: Finding Your Customers No Matter Where They Are* (1sted.). Indiana, USA: Que
- Leppäniemi, Matti & Karjaluoto, Heikki. (2005). *Mobile Marketing: From Marketing Strategy to Mobile Marketing Campaign Implementation*. 1-18.
- Riduwan & Sunarto. (2010). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Social, Komunikasi, Ekonomi, Dan Bisnis* (Cetakan Ketiga). Bandung: Alfabeta.
- Santoso, Singgih. (2010). *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS* (Cetakan Pertama). Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (Edisi Keempat). Jakarta: Salemba Empat.
- Soliha, Euis. *Pengaruh Self-Acceptance Importance, Affiliation Importance, Dan Community Feeling Importance Terhadap Compulsive Buying*. 19-26. Jurnal Siasat Bisnis.
- Sudrajat, Agus. (2009). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri di Bandung*. Skripsi pada Institut Manajemen Telkom: diterbitkan.
- Suharyadi & Purwanto. (2009). *STATISTIKA: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Edisi 2 Buku 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Sunyoto, Danang. (2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: MedPress.

- Tjiptono, F., Chandra Y., & Diana, Anastasia. (2004). *Marketing Scales* (Edisi Pertama). Yogyakarta: Andi.
- Waluyo, Deny. (2008). *Studi Faktor Penerimaan Dan Tingkat Penggunaan Layanan Mobilqu Colony Quasar Berbasis Wireless Network XL Oleh Pelanggan Pelanggan Mobilequ Quasar di Bandung 2008*. Skripsi pada Institut Manajemen Telkom: diterbitkan.
- Wijayanti, Ratih. (2009). *Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking (Studi Empiris Terhadap Nasabah Bank Di Depok)*.1-13.
- Yudanto, Aditio Ario. (2009). *Analisis Penerimaan Pelanggan Terhadap Mobile Marketing 3G Beserta Dampaknya Bagi Pt. Indosat Tbk*. Tesis pada Universitas Indonesia: diterbitkan.