

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2006.
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian Cetakan Kesepuluh*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Hani T Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Edisi Pertama, Cetakan Kelima, 2012.
- E. Grant dan August, *Understanding Media Convergence*, South Carolina: Oxford University Press , 2008.
- Gunelius dan Susan, *30 Minute Social Media Marketing*, United States : McGraw Hill, 2011.
- Hwang, H. dan Takane, Y, *Generalized Structured Component Analysis*, Jakarta: Luxima Metro Media, 2004.
- Imam abi al-Husain Muslim bin al-Hajjaj, *Shahih Muslim*, Beirut: Lebanon, Juz I hadits No. 75 dalam Bab Iman).
- Imam Ghazali, *Model Persamaan Structural*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013).
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Diterjemahkan oleh : Bob Sabran, Edisi kedua belas, Jilid 2, Jakarta: Erlangga 2008.

- Kusumadewi, K. A. dan Ghozali, I, *Generalized Structured Component Analysis*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Lovelock, Christopher dan Wirtz Jochen, *Service Marketing: People, technology, Strategy*, Singapore: Prentice Hall, 2007.
- M. Iqbal Hasan, *Pokok- pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Masrukin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009).
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008.
- Sofyan Yamin dan Heri Kurniawan, *Structural Equation Modeling*, Jakarta: Salemba Infotek, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineke Cipta, 2002.
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013.
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen :Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Alsubagh dan Helal, “The Impact of Social Networks on Consumers Behaviours (*International Journal of Business and Social Science*)”. Vol. 6, No.1, 2015.

- Astari Clara Sari, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti dan Nurul Ainun, “Komunikasi Dan Media Sosial”, *Jurnal Researchgate*, 2019.
- Bagas Aji Pamungkas dan Siti Zuhroh, Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang), *Jurnal Komunikasi*, Vol.10, No.2, 2016.
- Citra Sugianto Putri, Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli, *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2016.
- Dedy Ansari Harahap, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan”, Dosen Fe Uisu, *Jurnal Keuangan Dan Bisnis* Vol. 7, no. 3, 2015.
- Fatwa MUI No. 24, Tahun 2017.
- La Moriansyah, “Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing: Antecedents And Consequences, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia”, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol. 19 No.3, 2015.
- Lubiana Mileva, Achmad Fauzi DH, “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks Menggunakan Line),” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 58 No. 1, 2018.
- Marlina Kurnia dan Suwiknyo, “Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi,” *Jurnal Balance*, Vol. 15, no. 1, 2018.
- Meatry Kurniasari dan Agung Budiarmo, Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening

Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang, *Jurnal Administrasi Bisnis Volume 7*, No. 1, 2018.

Nina Maharani, “Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung, Dosen Kopertis Wil. IV DPK Universitas Islam Bandung, *E-Joernal Unisba*, 2015.

R. Agus baktiono dan I putu artaya, “Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online Melalui Pendekatan Uji Categorical,” *E – Jurnal Manajemen Kinerja*, Vol 2, No. 2, 2016.

Ridwan Zanjabila dan Rahmat Hidayat, Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bandung Techno Park (Studi Pada Pelanggan Bandung Techno Park 2017), e-proceeding of applied science, Vol.3, No.2 2017.

Rina Juwita, “Media Sosial Dan Perkembangan Komunikasi Korporat, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman Samarinda, Kalimantan Timur”, *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol. 20 No. 1, 2017.

Sarwono, Dasar Structural Equation Modeling (SEM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 2010.

Fandy Sido, “Etika Menyebar Informasi di Jejaring Sosial”, Kompas.com, di akses pada 20 September 2019, Jam 21:00 WIB,
<https://tekno.kompas.com/read/2012/06/28/04005080/etika.menyebar.informasi.di.jejaring.sosial>.

Khoirunnisa, “IDC: Top 5 Vendor Smartphone Indonesia Q2-2019” Agustus 30, 2019. <https://selular.id/2019/08/idc-top-5-vendor-smartphone-indonesia-q2-2019/>.

Uday Rayana, “Saat Samsung Bukan Lagi Vendor Nomor Satu di Indonesia”, 15 August, 2019, Canalys Selular.ID,

<https://selular.id/2019/08/saat-samsung-bukan-lagi-vendor-nomor-satu-di-indonesia/>.

Wicaksono Surya Hidayat, “Berkat Android Samsung Jadi Raksasa,” Kompas.com, Jakarta, 21 November, 2012, <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2012/11/21/07573519/berkat.android.samsung.jadi.quotraksasaquot>.

Youth Manual, 2018, “ContentCreator”.<https://www.youthmanual.com/profesi/media-dan-periklanan/content-creator>.

