

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Shanab, E. A., & Al-Tarawneh, H. A. (2013). *How Jordanian Youth Perceive Social Networks Influence?. Computer Science and Information Technology Journal, vol 1(2) hal. 159-164*
- Afriani. (2011). *Strategi Komunikasi Pemasaran Rown Division Dalam Memanfaatkan Media Jejaring Sosial facebook Sebagai Sarana Promosi Secara Online*. Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika. Skripsi thesis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Agarwal, A., & Mallick, P. (2014). A study of relationship between internet addiction and self-concept of adolescents. *Indian Journal of Health and Wellbeing, vol 5(2), 219-221*.
- Ahmadinejad, B., & Asli, H. N. (2017). *E-business through Social Media: A Quantitative Survey (Case Study: Instagram)*. *International Journal of Management, Accounting and Economics Vol. 4 (1), hal. 85*
- Ahyuna., Hamzah, M. D., & Najib, M. (2013). Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal Oleh Kalangan Usaha di Kota Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA Vol. 2 (1) hal. 30-31*
- Al-Badi1, A., Tarhini, A., & Al-Sawaei, S. (2017). *Utilizing Social Media to Encourage Domestic Tourism in Oman*. *International Journal of Business and Management; Vol. 12 (4) hal. 84-86*
- Alenezi., Tarhini, A., & Sharma, S. K. (2015). *Development of quantitative model to investigate the strategic relationship between information quality and e-government benefits*. *Transforming Government: People*
- Arif, Y. L. (2018). *7 Hal Yang Banyak Orang Tidak Suka Dari WhatsApp*. Diakses pada hari Jum'at tanggal 19 Juli 2019. <https://jalantikus.com/tips/hal-tidak-disukai-dari-whatsapp/>.
- Arifin, Zainal. (2011). *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Auramo, J. (2005). *Capturing the Potential of e-Business in Supply Chain Management*. Thesis. Helsinki University of Technology

- Azali, M. (2016). *Infographic: Social Media Demographics in Iran*. Diakses pada hari senin tanggal 01 April 2019 <http://techrasa.com/2016/08/26/infographic-social-media-iran/>.
- Azizi, M. (2013). *Identify barriers to the development of online sales: Approach mixed. Management production and operation, 5(2) hal. 111-126.*
- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Kompetindo.
- Cahyaningsih, E. (2017). Pemilihan dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Online Toko Hawa Busana. *Journal Administrasi Bisnis, Volume 5 (4) hal. 1447-1459*
- Chan, L. (2011). *Social Media Marketing for Digital Photographers*. USA: John Wiley & Son
- Cisco.com. (2011). *A report on Cisco Social Minor*. Diakses pada hari senin 01 April 2019. :<http://www.cisco.com/en/US/products/ps11349/index.html>.
- Emiscara.com. (2016). *4 Kelemahan Jualan Online di Facebook Wajib Kamu Tahu*. Diakses pada hari Jum'at tanggal 19 Juli 2019. <http://emiscara.com/4-kelemahan-jualan-online-di-facebook-wajib-kamu-tahu/>.
- Gbadeyan, R. (2010). *Direct Marketing to Online Social Network (OSN) Users in Nigeria. International Journal of Marketing Studies, 2(2) hal. 275-282.*
- Harsono. (2016). *Etnografi Pendidikan: Suatu Desain Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Gumpang Agung III.
- Johansson, U., & Eklöf Wallsbeck, F. (2014). *Instagram Marketing: When brands want to reach Generation Y with their communication*. Transforming Government: People
- Kaelan. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner*. Yogyakarta: Paradigma.
- Khasawneh, R. & Abu-Shanab, E. (2013). E-Government and Social Media Sites: The Role and Impact. *Accepted and expected to appear in the World Journal of Computer Application and Technology Vol. 1(1)*
- Kim, Y., Sohn, D., & Choi, S. (2010). *Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students. Computers in Human Behavior, vol 27 hal. 365-372.*

- Kurniawan, D. (2019). *Kelebihan Dan Kekurangan Instagram Sebagai Media promosi*. Diakses pada hari Jum'at tanggal 19 Juli 2019. <https://exrush.com/kelebihan-dan-kekurangan-instagram-sebagai-media-promosi/>.
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Journal Kompetensi, Vol 11 (2) hal. 223-224*
- Kusuma, W. P. (2018). *Figur presentase media sosial yang paling aktif diakses pengguna media sosial Indonesia Januari 2018 (We Are Social)*. Diakses pada hari Rabu tanggal 03 April 2019. <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>.
- Moensted, M. (2007). *Strategic Networking in Small High Tech firms. International Entrepreneurship Management Journal vol 3 hal. 15-27.*
- Narti, S. (2017). Pemanfaatan “Whatsapp” Sebagai Media Komunikasi Dosen Dengan Mahasiswa Bimbingan Skripsi (Studi Analisis Deskriptif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Bimbingan Skripsi Universitas Dehasen Bengkulu Tahun 2016 ). *Jurnal Professional FIS UNIVED Vol. 4*
- Nawawi, Hadari & Martini. (2006). *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Panjahitan, P., Prasetya, A. (2017). Pengaruh Sosial Media Terhadap Produktivitas Kerja Generasi *Millenial* (Studi Pada Karyawan PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Internasional Juanda). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 48(1) hal. 174.*
- Pempek, T., Yermolayeva, Y., & Calvert, S. (2008). *College students' social networking experiences on Facebook. Journal of Applied Developmental Psychology, vol 30 hal. 227-238.*
- Permata, A. A. (2017). Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram. *Journal Universitas Airlangga. Vol. 6 (1).*
- Purbaningsih, P. H., Agustina, H., Nurfalah, F. (2013). Pemanfaatan Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Produk Fashion Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Signal Vol. 1 (1).*
- Rahayu, F. (2013). *Penggunaan Media Online Untuk Bisnis Oleh Perempuan (studi diskriptif pengelolaan informasi untuk bisnis dengan media online oleh perempuan pada komunitas WOSCA)*. Skripsi Thesis: Universitas Airlangga.

- Safko, L. (2010). *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success*. USA: John Wiley & Son.
- Sativa, N. E. (2010). *Kaya & Gaya Via Facebook*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Siricharoen, W. (2012). *Social Media, How does it Work for Business?. International Journal of Innovation, Management and Technology*. Vol. 3(4), hal. 476-479.
- Sugihartati., Rahma., & Mutia, F. (2010). *Masyarakat & Perpustakaan di Era Revolusi Informasi*. Surabaya : Departemen Informasi Dan Perpustakaan Universitas Airlangga.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, E., Ginanjar, M. H., Priyatna, M. (2018). Penggunaan Sosial Media Whatsapp Dan Pengaruhnya Terhadap Disiplin Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam (Studi Kasus Di SMK Analis Kimia YKPI Bogor). *Jurnal Pendidikan Islam Vol. 07 (1) , hal. 5*
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital. Yang Muda Yang Mengubah Dunia*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Tharob, G. F., Mingkid, E., & Papatungan, R. (2017). Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa Unsrat. *e-journal "Acta Diurna" Vol. VI (2)*
- Uzunian, M. (2013). *For Business, Instagram Is King*. Diakses pada hari senin tanggal 01 April 2019. <http://blog.sumall.com/journal/instagram-for-business-king.html#more-2604>
- Walter, E. (2013). *5 Brands Using Instagram to Interact & Build Fan Relationships*. Diakses pada hari senin tanggal 01 April 2019. <http://www.clickz.com/clickz/column/2299432/5-brandsusing-instagram-to-interact-build-fan-relationships>.
- Zaidieh, A. (2012). Penggunaan Jejaring Sosial dalam Pendidikan: Tantangan dan Peluang. *Dunia Ilmu Komputer dan Jurnal Teknologi Informasi*. Vol. 2 (1), hal. 18-21.