



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allen, Mike., dkk. 2009 . *Quantitative Research in Communication*. California : Sage Publications, Inc.
- Bahri, R. A. 2012. Analisis Pengaruh Endorser di Social Media terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk dengan Metode AISAS (Studi Kasus : Telkomsel). Thesis pada Universitas Indonesia : tidak diterbitkan.
- Diffley, Sarah., & James Kearns. 2011. *Consumer Behaviour in Social Networking Sites : Implication for Marketers*.
- Faisal, S. 1992. Format-format Penelitian Sosial : dasar-dasar dan aplikasinya. Jakarta : PT Rajawali Pers.
- Gulo, W. 2002. Metodologi Penelitian. Jakarta : Grasindo.
- Jogiyanto, H. 2007. Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. Yogyakarta:BPFE.
- Kriyantono, R. 2012. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta :Kencana.
- Mayfield, Anthony.2008. *What is Social Media*. A & C Black Publishers Ltd.
- Nirukti, A. F. 2012. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengguna Media Sosial Berbasis Lokasi Foursquare). Thesis pada Universitas Indonesia : tidak diterbitkan.
- Safko, Lon. 2010. *The Media Social Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business*.Wiley.

Sarwono, Jonathan. 2012. Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS). Jakarta : PT Elex Media Computindo.

Sugiyama, Kotaro., & Andree, Tim. 2011. *The Dentsu Way*. McGraw Hill.

Sugiyono. 2000. Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta.

Umar, Husein. 1996. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Umar, Husein. 2010. Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

UMMN

Websites:

Carlson, Nicholas. 2010. *At Last – The Full Story Of How Facebook Was Founded*. <http://www.businessinsider.com/how-facebook-was-founded-2010-3/they-made-a-mistake-haha-they-asked-me-to-make-it-for-them-2?IR=T&>. diakses pada September 2014.

Gudang Tabel. 2013. *Tabel T Dan Cara Menggunakannya*. <http://rumushitung.com/2013/01/23/tabel-t-dan-cara-menggunakannya/>. diakses pada Desember 2014.

Setiawan, David. 2013. *From A.I.D.A to A.I.S.A.S*. <http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/2013/05/28/from-aida-to-aisas-563990.html>. diakses pada November 2014.

Szechenyi Istvan Egyetem. 2010. *Critical Values for Pearson's Correlation Coefficient*. <http://rs1.szif.hu/~nyeki/progs/KutMod/correlationtable.pdf>. diakses pada Desember 2014.

Zulkarnaen, Iskandar. 2011. *Kapan Facebook Hadir di Indonesia?*. <http://tekno.kompas.com/read/2011/02/09/23175222/Kapan.Facebook.Hadir.di.Indonesia>. diakses pada September 2014.

UMMN