

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Sumber Buku

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Brown, Eileen. (2010). *Working the crows: social media marketing for business*. UK: British Informatics Society Limited (BISL).
- Ellitan, Lina & Anatan, Lena. (2009). *Sistem Informasi Manajemen Konsep dan Praktis*. Bandung: Alfabeta.
- Handayani, Rini. (2007). *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta)*. (Skripsi). Program Studi Magister Sains Akuntansi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2012). *Marketing management 14<sup>th</sup> edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kadir, Abdul. (2003). *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI.
- McLeod., Raymond., & George P. (2011). *Sistem Informasi Manajemen, Edisi 10* (Ali Akbar, Afia R). Jakarta: Salemba Empat.
- Narimawati, Umi. (2008). *Teknik-teknik Analisis Multivariat untuk Riset Ekonomi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nazir, Moh. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Riduwan dan Kuncoro. (2014). *Cara Mudah Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo, dkk. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Azhar. (2008). *Sistem Informasi Akuntansi, Struktur-Pengendalian-Resiko-Pengembangan*. Bandung: Lingga Jaya.

Sutabri, Tata. (2005). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Andi.

Zarella, Dan. (2011). *The social media marketing book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.

## 2. Sumber Jurnal

Dasgupta, et.al. (2007). *User Acceptance of Case Tools In Systems Analysis and Design: An Empirical Study*. Journal of Informatics Education Research, Vol. 9, No.1, hlm 51-78.

Davis, Fred R. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. Jurnal MIS Quarterly, Vol. 13, No.3, hlm 319-340.

Jatmiko Jati, Nugroho. (2012). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-TICKET (Studi Empiris Pada Biro Perjalanan di Kota Semarang)*. Diponegoro Journal of Accounting, Vol.1, No.2, hlm 1-15.

Kaplan, Andrean M & Michael Haenlein. (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons, Vol. 53, hlm. 59-68.

Listyo & Lisandy. (2014). *Factors Affecting the Use Behavior of Social Media Using UTAUT 2 Model*. Proceedings of the First Asia Pacific Conference on Global Business, Economics, and Social Sciences (AP14SINGAPORE Conference).

Maharani, Mutia, Ali Noor dan Astuti. (2012). *Faktor-faktor Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Coffee Toffee Indonesia*. Jurnal Teknik Pomits, Vol.1, No.1, hlm. 1-6

Sedana, Nyoman & Wijaya, Wisnu. (2010). *UTAUT Model for Understanding Learning Management System*. Internetworking Indonesia Journal Vol. 2, No. 2, hlm. 27-32.

Venkatesh, Viswanath. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward Unified View*. *Jurnal MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 3, hlm. 425-478.

Yuliani, G., Saedudin, R., & Witarsyah, D. (2012). *Analisis Penerimaan Masyarakat Terhadap Layanan e-Government Kabupaten Bandung Menggunakan Model UTAUT dengan Metode SEM*. [Online]. Diakses lewat [http://cdndata.telkomuniversity.ac.id/theta/jurnal/THETA\\_JURNAL\\_112080134\\_491d6f4148c2dab2d335fbf1c4566077.pdf](http://cdndata.telkomuniversity.ac.id/theta/jurnal/THETA_JURNAL_112080134_491d6f4148c2dab2d335fbf1c4566077.pdf) pada tanggal 12 November 2014.

### 3. Sumber Internet

Anonim. (2014). *Pengguna instagram di Indonesia*. [Online]. Diakses dari <http://sosmedtoday.com/2014/09/pengguna-internet-2014-berapa-data-nielsen/>

Global Web Index. (2014). *GWI Social Summary, January 2014*. [Online]. Diakses dari <http://www.globalwebindex.net/>

Markplus. (2014). *Alasan instagram akan menjadi raja media sosial 2014 bagian i*. [Online]. Diakses dari <http://www.the-marketeers.com/archives/alasan-instagram-akan-menjadi-raja-media-sosial-2014-bagian-i.html>

Markplus. (2014). *Alasan instagram akan menjadi raja media sosial 2014 bagian ii*. [Online]. Diakses dari <http://www.the-marketeers.com/archives/alasan-instagram-akan-menjadi-raja-media-sosial-2014-bagian-ii.html>

Markplus. (2013). *Indonesia Internet Users*. [Online]. Diakses dari <http://www.the-marketeers.com/archives/Indonesia%20Internet%20Users.html>

Markplus. (2013). *Indonesia internet users 2012 report*. [Online]. Diakses dari [http://www.slideshare.net/waizly/indonesia-internet-users-2012-marketeers-nov-2012-cover-story-waizly?redirected\\_from=save\\_on\\_embed](http://www.slideshare.net/waizly/indonesia-internet-users-2012-marketeers-nov-2012-cover-story-waizly?redirected_from=save_on_embed)

Markplus. (2014). *Marketeers clinic hasil survei spending behavior anak muda Indonesia*. Diakses dari [http://www.the-marketeers.com/archives/marketeers-clinic-hasil-survei-spending-behavior-anak-muda-indonesia.html#.VDv0dmd\\_snY](http://www.the-marketeers.com/archives/marketeers-clinic-hasil-survei-spending-behavior-anak-muda-indonesia.html#.VDv0dmd_snY)

Markplus. (2014). *Menilai popularitas instagram di mata anak muda*. [Online]. Diakses dari <http://www.the-marketeers.com/archives/menilai-popularitas-instagram-di-mata-anak-muda.html>

Markplus. (2014). *Secuil statistik sosial media di Indonesia*. [Online]. Diakses dari [http://www.the-marketeers.com/archives/secuil-statistik-sosial-media-di-indonesia.html#.VECSv2d\\_snY](http://www.the-marketeers.com/archives/secuil-statistik-sosial-media-di-indonesia.html#.VECSv2d_snY)