

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2011). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bahri. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). *Social Media: Defining, Developing, and Divining*.
- Cooper, J. R. (1998). A Multidimensional Approach To The Adoption Of Innovation. *Management Decision*.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00251749810232565/full/html>
- Damanpour, F. (1991). A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555–590.
<http://amj.aom.org/cgi/doi/10.2307/256406>
- Ekasari, N. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi: Seri Humaniora*, 43450. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Elvina. (2015). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM)*. 2(1), 6.
- Erdoğan, İ. E., & Çiçek, M. (2012). *The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty*.
- Everett M. Rogers. (2003). *Communication Technology The New Media in Society*.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate* (Edisi 8, p. 5).
- Hoga Saragih, R. R. (2013). *Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi (KASKUS)*.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, united The challenges and opportunities of Social Media*.
- Kewirausahaan, D. (2019). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*.
- Nasrullah, R. (2017). Blogger Dan Digital Word Of Mouth: Getok tular Digital Ala Blogger Digital Komunikasi Pemasaran Di Media Sosial. *Jurnal Sositologi*, 16(1), 1–16. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2017.16.1.1>
- Purwiantoro, M. H., Kristanto, D. F., & Hadi, W. (2016). Pengaruh Penggunaan

- Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM). *AMIK Cipta Darma Surakarta*.
- Rozieqy, A., & Rois Arifin. (2018). *Pengaruh Kemudahan Kepercayaan, Kualitas Informasi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online PADA SHOPEE.CO.ID (Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA)*.
- Septian Wahyudi, 2019. (2019). *Teori Inovasi: Sebuah Tinjauan Pustaka*.
- Sri Wahyuni¹, Ari Pradhanawati², W. H. (2007). Pengaruh Tingkat Pengalaman Berwirausaha, Produktivitas Dan Inovasi Terhadap Pengembangan Usaha Kulit Lumpia. *Journal of Food System Research*.
- Sudaryanto. (2011). *The Need for ICT-Education for Manager or Agribusinessman to Increasing Farm Income : Study of Factor Influences on Computer Adoption in East Java Farm Agribusiness. International Journal of Education and Development*. 7, 56–67.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen (23rd ed.)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta*.
- Sujarweni. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online Di Lamongan*. 155.
- Sujarweni. (2019). *SPSS Untuk Penelitian*.
- Tartari, E. (2015). Benefits and Risks of Children and Adolescents Using Social Media. *European Scientific Journal*.
- Valdo Flavian Onnyshint Sutandio. (2016). *Analisis Pengembangan Budaya Inovasi Produk Pada Perusahaan Footwear Di Sidoarjo*.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang. *Al Tijarah*, 2(2), 230. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v2i2.744>
- Winardi, A. (2016). Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri Analisis Penerapan Metode. *Ekonomi Akuntansi*.