

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Abdullah, T. (2003). *Manajemen Produksi dan Industri Kecil*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Ardianto, E. dkk. (2009). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Assael, H. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Fourth Edition. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Asmajasari, M. (1997). *Study Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*. Malang: UMM Press.
- Ashadi, S. (2001). *Menyikapi Media Penyiaran: Membaca Televisi Melihat Radio*. Yogyakarta: LP3Y
- Bilson, S. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Devito, J.A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Dewi, S. (2007). *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Dwiningrum, S.I.A. (2012). *Ilmu sosial & budaya dasar*. Yogyakarta: UNY Press
- Effendy, O.U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Rogers, E.M. (1983). *Diffusion of Innovations*. London : The Free Press.
- Fandy, T. 1996. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi : Yogyakarta
- Ferdinand. 2002. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fraenkel, J.R & Norman , E. (1990). *How to Design and Evaluate Research in Education USA*. San Fransisco. San Fransisco State University.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23(Edisi 8)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Arghy Farhan Dhia, 2020

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI MOBILE FORE COFFEE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN FORE COFFEE (Survei pada followers Instagram Fore)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Jogiyanto, H. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Edisi 2004-2005). Yogyakarta : BPFE.
- _____. (2007). *Sistem informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta : Andi Offset
- _____. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi Offset
- Kasiram, M. (2008). *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Kriyantono, R. 2012. *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Laudon, K. C. & Traver, C. G. (2013). *E-commerce 2013: Business Technology, society*. Edinburgh Gate: Pearson.
- Lee, V, dkk (2004). *Mobile Applications : Architecture, Design & Development*. New Jersey : Prentice Hall PTR.
- Nurudin. (2003). *Komunikasi Massa*. Cespur: Malang.
- Rakhmat, J. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (1997). *Metodologi Penelitian Administrasi*. Yogyakarta: CV Alfabeta.
- _____. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta: Bandung.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffaman & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, I.S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif SPSS. Dalam Metode Penelitian Kuantitatif SPSS*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Grup.
- Turban, dkk. (2012). *Electronic Commerce 7th Edition*. United States : Pearson.

Sumber Jurnal :

- Alwafi, F & Magnadi, R. (2016). Pengaruh Persepsi, Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Tokopedia.com. *Journal of Management*, Vol 5 pp 1– 15.
- Aladwani, A., & Palvia, P. (2002). Developing and Validating an Instrument for Measuring User Perceived Web Quality. *Information and Management*, 39(6), 467-476.
- Hansemark, A. (2004). Customer satisfaction and retention: the experiences of individual employees. *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 14 no 1, pp.40 – 57.
- Javadi, M. M. (2012). An analysis of factors affecting on online shopping behavior of consumers. *Internasional Journal of Marketing Studies*. 4(5), 81-82
- Jones, T.O & Sasser, W.E. Jr. (1995). Why Satisfied Customer Defect. *Jurnal Harvard Business Review*. Vol. 73 no 6.
- Mathieson, K. (1991) Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior. *Information Systems Research*, 2, 173-191.
- Reinartz, W.J., and Kumar, V., 2003, The impact of customer relationship characteristics on profitable lifetime duration, *Journal of Marketing*, Vol. 67 no1, pp: 77-99.
- Richards, N & Hartzog, W. (2016). Taking Trust Seriously in Privacy Law. *Stanford Technology Law Review*, Vol.19 no 431.
- Setyorini, R. & Chesanti, P.C (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile. *Jurnal Penelitian pendidikan*. Vol. 18 no 1.

Sumber Internet :

<https://winstarlink.com/jenis-digital-advertising/> diakses pada 10 April 2020 pukul 21.22 WIB

<http://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/> diakses pada 12 April 2020 pukul 22.35 WIB

<https://kumparan.com/edwien-satya/minum-kopi-membangun-negeri> diakses pada 8 April 2020 pukul 19.14 WIB

<https://pakarkomunikasi.com/paradigma-penelitian-kuantitatif> diakses pada 12 April 2020 pukul 13.22 WIB

<https://industri.kontan.co.id/news/fore-coffee-akan-buka-120-gerai-hingga-akhir-2019> diakses pada 4 Mei 2020 pukul 17.35 WIB

Arghy Farhan Dhia, 2020

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI *MOBILE FORE COFFEE* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *FORE COFFEE* (Survei pada *followers Instagram Fore*)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> diakses pada 2 Mei 2020 pukul 20.45 WIB

<https://wearesocial.com/digital-2020> diakses pada 3 Mei 2020 pukul 23.44 WIB

<https://majalah.ottencoffee.co.id/fore-coffee-next-generation-coffee-shop/> diakses pada 4 Mei 2020 pukul 22.30 WIB

<https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada 05 Mei 2020 pukul 10.00 WIB

Liao, Z., dan Cheung, M.T. (2001). An analytical framework for evaluating e commerce business models and strategies. *Internet research: electronic networking applications and policy*. 11(4), 349-359. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/9210-6be17def485cba1c5997b80bbb2d0b21b813.pdf>

Jayabaya, Petrus. (2018). *Pengaruh Penerapan Bauran Pemasaran Digital terhadap Minat Beli Pengguna Kereta Api melalui Aplikasi Mobile KAI ACCESS*. Universitas Telkom Bandung.