

Daftar Pustaka

- Abdurahman, Muhidin, & Somantri. (2011). Dasar - Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Pustaka Setia.
- A.M. Sardiman. (2005). Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar. Bandung: Rajawali Pers.
- A.M. Sardiman. (2007). Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar. Bandung: Rajawali Pers
- Arikunto, Suharsimi. (2006).Prosedur Penelitian: suatu pendekatan praktik. Edisi revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baek K., Holton A., Harp D., Yaschur C., (2011). *The link that bind: uncovering novel motivations for linking on Facebook*. Comput Hum Behav. hal. 2243–2248.
- Bigne, J.E., Sanchez, MI., dan Sanchez, J. (2001). *Tourism Image, Evaluation Variables and After Purchase Behavior: Inter - Relationship*. *Tourism Management*. Vol. 22. hal. 607 -616.
- Blau P.M., (1964). *Exchange and power in social life*.Wiley, New York.
- Crow L dan A. Crow. (1988). Psikologi Pendidikan. Surabaya: Bina Ilmu
- Davis F.D., Bagozzi R.P., Warshaw P.R., (1992). *Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace*. J Appl Soc Psychol, hal. 1111–1132.
- Deci E.L., (1975). *Intrinsic motivation*. Plenum, New York.
- Deci, E. L. dan Ryan, R.M. (1987). *The support of autonomy and the control of behavior*. *Journal of Personality and Social Psychology*, hal. 1024-1037.
- Denis McQuail. (1987). *Mass Communication Theory* (Teori Komunikasi Massa). Jakarta: Erlangga.
- Dermawan Wibisono. (2000). Riset Bisnis. Edisi Pertama.Yogyakarta : BPFE.
- Djaali. (2007). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Djaslim Saladin. (2003). Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian. Bandung. hal. 19.

- Dogruer N., Menevis I., Eyyam R. (2011). *What is the motivation for using Facebook?. Procedia Soc Behav Sci.* hal. 2642 – 2646.
- Ekinci, Y. dan Hosany, S. (2006). *Destination Personality: An Application of Brand Personality To Tourism Destinations.* Journal of Travel Research. Vol. 45. hal.127 -140.
- Erna Ferrinadewi dan S. Pantja Djati. (2004). Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Sumber Daya Manusia. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 6, No. 1, hal. 15 – 26.
- Ferrinadewi, dan Erna dan Pantja Djatios. (2004). Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Sumber Daya Manusia. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.6, No.1, hal. 15 - 26.
- Friedkin N.E., (1998). *A structural theory of social influence.* Cambridge University Press, New York.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hars A, Ou S. (2002). *Working for free? Motivations for participating in open-source projects*”. Int J Electron Commerce 6. hal. 25–39.
- Hoy, W. K., and Woolfolk, A. E. (1993). *Teachers’ sense of efficacy and the organizational health of schools.* Element. Sch. J. hal. 335–372.
- Hsu C., Lin J.C., (2008). *Acceptance of blog usage: the roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation.* Inf Manage. hal. 65–74.
- Ikhwan, Susila, dan Fatchurrahman. (2004). Service Value: Sebuah Variabel Pemediiasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli. Empirika, Vol. 17. No. 1.
- Indriantoro dan Supomo. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen.* Edisi Pertama. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Indriantoro, dan Supomo. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen,* Edisi Pertama, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Jogiyanto. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis,* Edisi 2004-2005, BPFE, Yogyakarta.

- Jonathan Sarwono. (2005). *Metode Penelitian Kwantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu, Jakarta.
- Kim B. (2011). *Understanding antecedents of continuance intention in social-networking services*. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*. hal. 199 – 205.
- Konstan, J.A., Miller, B.N., Maltz, D., Herlocker, J.L., Gordon, L.R., & Riedl, J. (1997): '*GroupLens: Applying Collaborative Filtering to Usenet News*', *Communications of the ACM*, vol. 40, no. 3, March 1997, pp. 77-87.
- Kotler, Philip. (2005). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan K. L. Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta : Indeks.
- Lee M.K.O., Cheung C.M.K., Chen Z., (2005). *Acceptance of internet-based learning medium: the role of extrinsic and intrinsic motivation*. *Inf Manage*. hal. 1095–1104.
- Malhotra. (2005). *Riset Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mehdizadeh S. (2010). *Self-presentation 2.0: narcissism and self-esteem on Facebook*. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*. hal. 357–364.
- Miflen,Fj dan Miflen,Fc. (2003). *Simply – Psychology*. Jakarta : Raja Grafindo Pustaka.
- Muhibbin Syah. (2008). *Psikologi Belajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nur, Muhammad. (2008). *Pemotivasian Siswa untuk Belajar*. Surabaya: Pusat Sains dan Matematika Sekolah.
- Prayitno, Elida. (1989). *Motivasi Dalam Belajar*. Jakarta: Depdikbud.
- Ryan R.M., Deci E.L., (2000). *Intrinsic and extrinsic motivations: classic definitions and new directions*. *Contemp Educ Psychol*. hal. 54–67.
- Singgih D. Gunarsa. (2008). *Psikologi Perawatan*. Jakarta: Gunung Mulia.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor - Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2000). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. (2001). *Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Keempat.
- Tong, X.F. et al., (2011). *Factors Influencing Entrepreneurial Intention Among University Students*. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*. hal. 487 - 496.
- Umi Narimawati. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Vallerand R.J., Bissonnette R., (1992). *Intrinsic, extrinsic, and amotivational styles as predictors of behavior: a prospective study*. *J Personal*. hal. 599–620.
- Venkatesh V., Morris M.G., Davis G.B., Davis F.D., (2003). *User acceptance of information technology: toward a unified view*. *MIS Quart*. hal. 425–478.
- Walther J.B., (1992). *Interpersonal effects in computer-mediated interaction: a relational perspective*. *Commun Res*. hal. 52–90.
- Woolfolk, A.E. (1993). *Educational Psychology*. Boston : Allyn and Bacon.
- Zarella, Dan. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Canada: O'Reilly Media.
- Zhao S., Grasmuck S., Martin J., (2008). *Identity construction on Facebook: digital empowerment in anchored relationships*. *Comput Hum Behav*. hal. 1816–1836.

Lain – Lain :

- www.aktualita.co/statistik-pengguna-dan-perkembangan-facebook-saat-ini/6518/
- https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial#cite_note-4
- <http://e-medix.blogspot.co.id/2013/04/teori-sor-perubahan-perilaku.html?m=1>
- harisok.blogspot.co.id/2011/03/definisi-komunikasi-menurut-para-ahli.html
- www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-teori-sor-komunikasi-menurut.html?m=1