

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution (ed.)). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Dyah Alyusi, S. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial* (1st ed.). kencana.
- Ferdian, A. (2006). *metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen*. badan penerbit universitas di ponterogo.
- Ghodang, H. (2020). *PATH ANALYSIS (Analisis Jalur) konsep & praktik dalam penelitian* (F. Ghodang (ed.)). PT. Penerbit Mitra Grup.
- halim, fitria. (2020). *marketing dan media sosial* (rintho rante rerung (ed.)). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- hermawan, sigit. (2021). *metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif & kualitatif*.
- Iskandar. (2022). *Metode Penelitian Dakwah* (Hayana (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media.
- Jeffry. (2021). *Layanan internet banking dan mobile banking di bank kb bukopin* (R. Rerung R (ed.)). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Jufrizen. (2021). *komitmen organisasi dan kinerja karyawan dengan etika kerja sebagai variabel moderating* (M. Sari (ed.)). Umsu Press.
- Kristiana, T. (2018). *Metode Penelitian Sosial*. penerbit Lembaga Literasi Dayak.

- Kurniali, S. & L. N. (2015). *Social Media ROI mengelola dan mengukur penggunaan media sosial pada organisasi anda*. PT Elex Media Komputindo.
- McQuail, D. dkk. (1994). *Teori Komunikasi massa*. Erlangga.
- Mosier, L Kathleen and M.Fischer, U. (2015). *Judgment and Decision Making by Individuals and Teams: Issues, Models, and Applications* (1st ed.). Routledge.
- MR Solomon. (2017). *Social media marketing*.
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian* (Amirullah (ed.)). media nusa creative.
- Priada, S. dan D. S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Rachmawati, H. (2021). *Komunikasi Merek di Media Sosial & Penerapannya pada TV berita* (1st ed.). DEEPUBLISH (Grup Penerbitab CV Budi Utama).
- Sa'adah, L. (2021). *metode penelitian ekonomi dan bisnis*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- salim;Haidir. (2019). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis* (I. Satrya Azhar (ed.)). Kencana.
- salmiah. (2020). *online marketing*.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*. Airlangga University Press.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (3rd ed.). PrenadaMedia Group.
- soekanto. (1990). *sosiologi suatu pengantar*. rajawali pers.

- Sudiantini, D. (2020). *Leaders and Culture*. PT Gramedia Pustaka.
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*.  
penerbit deepublish (Grup penerbitan CV Budi Utama).
- Susanto, R. (2022). *Kritik Sosial dalam Lagu Pop Indonesia: AnaliSusanto, R.*  
(2022). *Kritik Sosial dalam Lagu Pop Indonesia: Analisis Isi Lirik Lagu Pop.*  
*Matakamera.sis Isi Lirik Lagu Pop*. Matakamera.
- Tarjo. (2021). *Metode Penelitian Administrasi* (R. Novi Andari (ed.)). Syiah  
Kuala University Press.

### **Jurnal**

- A, S. (2017). Metode Penelitian kualitatif. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43.  
[http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB_III.pdf)
- Adhrianti, L., & Putra, H. R. E. (2008). Peranan Komunikasi Kelompok Pada  
Komunitas Kracer Kota Bengkulu Dalam Menjalin Kebersamaan Antar  
Anggota Kelompok. *Riset Komunikasi Massa*, 1(1), 179–205.
- Aini Fitriyah Aprilianita, I. (2022). *Eksplorasi Etnomatematika pada kegiatan  
membatik di rumah produksi batik rengganis situbondo*. 20.
- Alsubagh, H. (2015). The Impact of Social Networks on Consumers' Behaviors  
Background of the Study. *International Journal of Business and Social  
Science*, 6(1), 2219–6021. [www.ijbssnet.com](http://www.ijbssnet.com)
- Arung Triantoro, D. (2019). Konflik Sosial dalam Komunitas Virtual di Kalangan  
Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 135–150.  
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art2>
- Chadi Mursid, M. & A. D. P. (2022). *Kontrol perilaku untuk membeli ulang*

*kosmetik halal perspektif theory of planned behavior.*

- Cheng Zhanga. (2019). Social media for intelligent public information and warning in disasters. *International Journal of Information Management*, 49, 190–270.
- Damayanti, Y. (2020). Kajian Literatur Efektivitas Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 2(1), 31–45.  
<https://doi.org/10.15642/manova.v2il.354>
- Dwi Sari, M. (2016). History of Islamic Bank in Indonesia: Issues Behind Its Establishment. *International Journal of Finance and Banking Research*, 2(5), 178. <https://doi.org/10.11648/j.ijfbr.20160205.13>
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *Banjarmasin kota seribu sungai.*
- Halim, E. R., & Nikenpratiwi, G. (2012). Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Pembelian Handphone. *Jurnal Manajemen*, 16(1), 17–29.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Hasan, A. (2014). Prospek Pengembangan Ekonomi Syariah Di Masyarakat Banjar Kalimantan Selatan. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 14(2).  
<https://doi.org/10.15408/ajis.v14i2.1281>
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2016). *Jurnal Penelitian RS Ciputra*. 28–45.
- Irawan, E. (2017a). *Dosen Pembimbing: Prof. DR. H. Yusmar Yusuf, M.Psi Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik-Universitas Riau*

*Kampus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km.12,5 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru-Riau. 4(2), 1–14.*

Irawan, E. (2017b). *INSTAGRAM SEBAGAI GAYA HIDUP MASYARAKAT KOTA PEKANBARU (STUDI KOMUNITAS INSTAGRAM DI KOTA PEKANBARU). 4, 7.*

Laengge, I., Wowor, H. F., Putro, M. D., Informatika, T., & Sam, U. (2016). *Sistem Pendukung Keputusan Dalam Menentukan Dosen Pembimbing Skripsi. 9(1).*

Lalita Hanief, Noviana Sari, & Andika Sanjaya. (2019). Kampanye Lingkungan Hidup Forum Komunitas Hijau dalam Pelestarian Alam di Kota Banjarmasin. *KOMUNIDA : Media Komunikasi Dan Dakwah, 9(1), 53–65.*  
<https://doi.org/10.35905/komunida.v9i1.1132>

Larasati, V., & Oktivera, E. (2019). Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah. *Jurnal Administrasi Kantor, 7(1), 31–40.*

Marliana, R. R. (2019). Partial Least Square-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi, 16(2), 174.* <https://doi.org/10.20956/jmsk.v16i2.7851>

Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi, 25(1), 37.* <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>

Nasrudin, M. W. (2019). Peningkatan kualitas pembelajaran berbasis

konstruktivisme melalui media sosial. *Jurnal Teladan*, 4(2), 119–126.

Nasution, 2019. (2016). *Outer Model*. 37–51.

Oda, N., Kurashina, S., Miyoshi, M., Doi, K., Ishi, T., Sudou, T., Morimoto, T., Goto, H., & Sasaki, T. (2014). ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEPUTUSAN KONSUMEN DENGAN STRUCTURAL EQUATION MODELING PARTIAL LEAST SQUARE. *International Conference on Infrared, Millimeter, and Terahertz Waves, IRMMW-THz*, 59–71. <https://doi.org/10.1109/IRMMW-THz.2014.6956015>

P Panca, W. A., Jamin Ariana, I. N., & Arismayanti, N. K. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan dan citra hotel melati di Kelurahan Seminyak Kabupaten Badung Bali. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 1(1), 65–72.

Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>

Putri, C. A., W, H. D., & Listyorini, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN , KUALITAS PRODUK , DAN WORD OF MOUTH COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RM GARANG ASEM SARI RASA ( Studi pada Konsumen RM Garang Asem Sari Rasa , Kudus ) Pendahuluan Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas d. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5.

Raditya, B., Indrasari, M., Handini, S., & Soekiman, S. (2019). *The Effect of Quality of Products and Services on Trust and Decision of Customers to*

*Choose Banks (Study at Sampang Bank Rakyat Indonesia Branch). January.*

<https://doi.org/10.4108/eai.30-7-2019.2287615>

Ridzwan, M., Purwanti, I., & Wicaksono, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus pada Agen BRILink BRI Unit Sidayu, Gresik). *MELATI: Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 37(1), 57–67.

Rosanti, N. (2021). *The Influence of Cultural, Social, Personal and Psychological Factors On Customer's Decision of Choosing Bank Insurance*. 18–22.

Sains, F., Teknologi, D. A. N., Studi, P., Informatika, T., Islam, U., & Syarif, N. (2020). *analisis pengaruh ekuitas merk terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha nmax pada komunitas ynci banjarmasin chapter*. 2020.

Santo Fortunato. (2016). *Community detection in networks: A user guide*. 659.

Setiawan, D. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 67.  
<https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1474>

Slamet Rusydiana, A. (2016). ANALISIS MASALAH PENGEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA: APLIKASI METODE ANALYTIC NETWORK PROCESS. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 237.

Somba, W. E., Sunaryo, S., & Mugiono, M. (2018). Pengaruh Nilai Hedonis Dan Nilai Utilitarian Terhadap Behavioral Intention, Dengan Word Of Mouth (Wom) Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*,

6(1), 82–92. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i1.2071>

Suarsa, S. H. (2020). The Influence of Electronic Word of Mouth (Ewom) on Online Travel Agent (Ota) Traveloka Toward A Decision to Stay in Topas Galeria Hotel, Bandung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1).

Subramania, K. R. (2017). *Pengaruh Media Sosial dalam Interpersonal Komunikasi. September.*

Subramanian, K. (2017). Influence of Social Media in Interpersonal Communication Senior Consultant & Professor Of Management. *Issue, 109(02)*, 1. [www.ijsspr.com](http://www.ijsspr.com)

suci rahayu rais, nurlaila, jovial dien, maik, & y dien, albert. (2018). Kemajuan Teknologi Informasi Berdampak Pada Generalisasi Unsur Sosial Budaya Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Mozaik*, 10, 61–71.

Sugeng Cahyono, A. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Journal.Unita.Ac.Id*, 9(1), 142.

Tugiso, I., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh relationship marketing, Keamanan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online shop dan loyalitas konsumen sebagai variabel intervening studi kasus pada onlineshop “Numira” Semarang. *Journal of Management*, 2(2), 8.

<https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/558/543>

Voramontri, D., & Klieb, L. (2019). Impact of Social Media on Consumer Behaviour. *International Journal of Information and Decision Sciences*,



11(3), 1. <https://doi.org/10.1504/ijids.2019.10014191>

Wicaksana, A. (2016). pola komunikasi komunitas bandung care.

*Https://Medium.Com/,13–55.*

<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Widada, C. K., Universitas, P., & Surakarta, M. (2018). *MENGAMBIL MANFAAT*

*MEDIA. 6003, 23–30.*

Yulianti, R., Sangen, M., & Rifani, A. (2016). Pengaruh Nilai-Nilai Agama,

Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Keputusan menjadi

Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen, 4(2),*

130.

### **Sumber Lain**

<https://infobrand.id>

*Website kompas.com*

*Website Resmi: Statistik Perbankan Indonesia, OJK 2018-2021*

*website market share perbankan syariah 2020*

*Website Resmi: BPS Kota Banjarmasin*