

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Ayu Laksmi, F. O. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) terhadap Minat Beli Followers Instagram pada Warunk Upnormal. *Jurnal Computech & Bisnis*.
- Anda, L. (2016). E-mail Marketing dan Harga terhadap Minat Pembelian Online. *SKRIPSI*.
- (2016). *Annual Report PT Kereta Api Indonesia (Persero)*. PT Kereta Api Indonesia (Persero).
- Apriliya, S. (2013). Analisis Strategi Online Marketing dan Pengaruhnya terhadap Purchase Intention Konsumen Produk Clean & Clear. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*.
- Artha Wahyu Rina, R. A. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention melalui Social Media Marketing terhadap Produk Frozen Yogurt Sour Sally di Surabaya. *Jurnal GEMA AKTUALITA*.
- Asmarani, N. N. (2012). Pengaruh Word of Mouth sebagai Media Promosi terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Warung Sushi Boon di Bandung) . *SKRIPSI*.
- Aziza, K. S. (2017). *Ekonomi Makro*. Retrieved from Website Kompas.com: <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2017/07/11/181303426/70.persen.penduduk.indonesia.di.jawa.tapi.tanahnya.cuma.6.persen>.
- Budiman, N. (2016). Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing terhadap Loyalitas Konsumen Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. *SKRIPSI*.
- Cahya, M. D. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Minat Beli Ulang. *Mirsyal Dwi Cahya*.
- DAMANIK, P. Y. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik 'By Lizzie Parra' (BLP) (Studi pada Tayangan Beauty Vlog Lizzie Parra). *SKRIPSI*.
- Dave Chaffey, F. E.-C. (2016). *Digital Marketing, 6/E*. London: 968-1292077611.
- Desi, B. I. (2017). Analisis Pengaruh Pemasaran Word Of Mouth (WOM) Digital terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Journal Of Marketing and Management Review Global Academy Of Training & Research (GATR) Enterprise*.
- Etta Mamang Sangadji, S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.

- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harwindra Yoga Prasetya, A. N. (2016). Pengaruh Kegiatan Pemasaran Digital dan Perilaku Online Konsumen pada Peningkatan Kesadaran Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Via Website. *Mercubuana University Institutional Repository*.
- Hidayat, S. (2005). *Metode Penelitian*. Bandung: Maju Mundur.
- Jumlah penumpang angkutan Kereta Api Tahunan di Jawa, Tahun 2006-2015*. (2017). Retrieved from Website KataData: [katadata.co.id](http://katadata.co.id)
- Kartajaya, H. (2008). *Newwave Marketing : The World Is Still Round The Marketing Is Never Flat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- KING, D. T. (2015). Dampak Pemasaran Digital terhadap Pertumbuhan Konsumerisme. *Madras University Journal Of Business and Finance*.
- Kodrat, D. S. (2009). MEMBANGUN STRATEGI “LOW BUDGET HIGH IMPACT” DI ERA NEW WAVE MARRETING . *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Malik, M. G. (2013). Impact Of Brand Image and Advertisement on Consumer Buying Behaviour. *World Applied Science Journal*.
- Maolana, H. R. (2017). Faktor Rangsangan Internal Perilaku Konsumen terhadap Optimalisasi Penggunaan Tools Pemasaran Digital. *Journal Of Economics, Business and Management*.
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: Rosda Karya.
- Nurhabibah, A. (2016). PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI PUSAT OLEH-OLEH GETUK GORENG KHAS SOKARAJA BANYUMAS JALAN RAYA BUNTU-SAMPANG. *SKRIPSI*.
- Pahuja, P. (2016). Studi pada Persepsi Klien terhadap Digitalisasi dalam Perbankan. *International Journal Of Research Science & Management*.
- (2016). *Perilaku pengguna Internet Indonesia*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

- Riduwan. (2014). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rudiani, Y. P. (2015). Pengaruh Digital Marketing Tools terhadap Sport Consumer Decision di Waterboom Bali. *SKRIPSI*.
- Sandy Yunita Geraldine Male, I. L. (2013). Pengaruh Pemasaran Online terhadap Minat Konsumen menjadi Siswa English First Cabang Taman Mini. *Universitas Indonesia Library*.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sekilas KAI*. (2017). Retrieved from Situs Resmi PT Kereta Api Indonesia (Persero): [https://kai.id/corporate/about\\_kai/](https://kai.id/corporate/about_kai/)
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Singh, S. (2016). Dampak Pemasaran Digital Terhadap Perbankan Pedesaan India. *AIMA Journal Of Management and Research*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Prenamedia.
- Tsaanii, A. A. (2016). Analisis Persepsi dan Keterlibatan Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Ulfah, M. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Pada Gold Star Sport and Lounge Bandung . *SKRIPSI*.
- Umar, H. (2008). *Metode penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis -2/E*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Wahyuni, A. &. (2017). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image Perguruan Tinggi Swasta di Kota Serang. *Jurnal Sains Manajemen*.

Warner, J. R., & V., K. (2003). The Impact Of Customer Relationship Characteristics on Profitable Lifetime Duration. *Journal Of Marketing*.

Widyaharsana, J. I. (2010). *Mobile Marketing Sebagai Media Pemasaran*. Jakarta: Penerbit PPM.