

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy., dan Hartono, Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi Yogyakarta. Yogyakarta.
- Adeliasari., Ivana., Vina., Thio, Sienny. (2014). *Electronic Word of Mouth (E-WoM) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya*. *Jurnal Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia*. 218-230.
- Anneahira.(2017). *Perkembangan Teknologi 2017*. [online].
<http://www.anneahira.com/perkembangan-teknologi-18634.html> [27 Oktober 2017]
- APJII.(2016) *Statistik Pengguna Internet Indonesia 2016*. [online]. <https://www.apjii.or.id> [29 Oktober 2017]
- APJII.(2016) *Penggunaan Media Sosial Indonesia 2016*. [online].
<https://www.apjii.or.id> [29 Oktober 2017]
- APJII.(2016) *Pengguna Internet dan Media Sosial Indonesia 2016*. [online].
<https://www.apjii.or.id> [29 Oktober 2017]
- Chang, L.Y., dan Lee, Y.J. (2012). *The Influence Of E-Word Of Mouth On The Customer's Purchase Decision : A Case Of Body Care Products*. *Journal Global Of Business Management*. ISSN 1817-3819.
- Chinomona, R. (2013). *The Impact of Product Quality on Perceived Value, Trust and Students Intention to Purchase Electronic Gadgets*. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(14).
- Darmali, Sugiarto. (2016). Bab IV gambaran umum Latar belakang berdirinya Adorable Project Indonesia [Online]. Tersedia:

<http://docplayer.info/32739012-Bab-iv-gambaran-umum-latar-belakang-berdirinya-adorable-project-indonesia.html> [8 Desember 2017]

- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya .
- Ekawati, Mustika., Kumadji, Srikandi., Kusumawati, Andriani. (2014). *Jurnal Pengaruh electronic word of mouth terhadap pengetahuan konsumen serta dampaknya pada keputusan pembelian: survei pada followers account twitter @WRPdiet*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 14(2) 1- 8.
- Gharibi, S. (2012). *Explain The Effectiveness of Advertising Using The AIDA Model, Intedisciplinary Journal of Contemporary Reseach in Business*. 4(2).
- Gozali, Imam dan Latan, Hengki. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang. Semarang.
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2012). *E-WOM scale: Word-of-mouth measurement scale for eservice context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- Hair, J. F. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.).
- Hair, J. F., Hult, G. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (1st ed.).
- Hawkins, Del I. dan Mothersbaugh. David L. (2012). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy 12th Edition*.
- Harjasiwi, Dara Patria. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan*

- Pembelian Smartphone Merek Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis 2010-1013)*. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol.1 No.2, Hal 86-100.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Indrawati (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung: Refika Aditama.
- Instagram @AdorableProjects* diakses 26 September 2017 dari pukul 20:04.
- [Online]. Tersedia: <https://www.instagram.com/AdorableProjects/>
- JakPat (2016) *Jumlah pengguna Instagram di Indonesia*. [Online]. Tersedia: www.dailysocial.id [29 Oktober 2017]. *Jurnal Berita Satu*. (2013, Maret 22).
- Jalilvand, M. R. dan Samiei, N. (2012), "The Effect of Electronic Word of Mouth On Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30 Iss: 4 pp. 460 –476. *Jurnal Sisi Usaha*. (2015, Juni 13). *Industri Kuliner Bandung*. Diakses pada 16 Oktober 2017 dari <http://sisiusaha.com/news/>
- Jimenez,G.R & Mendoza,N. A (2013). *Too Popular To Ignore: The Influence Of Online Review On Purchase Intention Of Search And Experience Product*. *Journal of Interactive Marketing*, 27(3),226-235
- Kotler, Phillip & Armstrong, Gary. (2012). *Principle Of Marketing* (14thed). New Jersey: Pearson.
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management* (14thed). United State: Pearson
- Kotler & Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Kedelapan*.

Jakarta: Erlangga

Kotler & Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi Kedelapan*.

Jakarta: Erlangga.

Mahendrayasa, A. C., Kumadji, S., dan Abdillah, Y. (2014). *Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Pengguna Kartu Selular GSM "IM3" Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 12. No. 1, Juli 2014.

Marizka, Tatsa. (2016). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Pada Cafe DU71A Bandung*. Universitas Telkom

Nitisusastro, Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

Prasetyo, Kutut. (2014). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth di Media Sosial Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Cepat Saji HokaHoka Bento*. Malang: Universitas Brawijaya.

Priyatno, Duwi. (2012). *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendedarran Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Gava Media.

Rehman, F., Nawaq, T., Khan, A., dan Hyder, S. (2014). *How Advertising Affect The Buying Behavior of Consumer in Rural Areas: A Case of Pakistan*, *Academic Research International*, 5(4).

Riduwan dan Sunarto. (2010). *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Rizky, M.F. dan Yasin, H. (2014). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol.14/No.02, 135-143.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. (2011). *SPSS VS LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for Business Edisi 1 dan 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen-Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran (Cetakan ke-3)*. Jakarta: Kencana.
- Sudjana, N., & Ibrahim. (2007). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Socialmediaweek.(2015). 10 Strategi Instagram untuk Para Pelaku Marketing Kreatif.[online]. <https://socialmediaweek.org/jakarta/2017/01/10/10-strategi-instagram-untuk-para-pelaku-marketing-kreatif/>. [03 Maret 2018]
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan nonparametrik*. Prenada Media, Jakarta.

Sunyoto, Danang. (2012). *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. Yogyakarta: Penerbit

Gava Media.

Suliyanto. (2014). *Statistika Non Parametrik dalam Aplikasi Penelitian*.

Yogyakarta: Andi.

Techinasia.(2017) *Pertumbuhan Pengguna Internet 2016*. [online]

<https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesiatahun-2016> [5 januari 2017]

Wagiran. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan : Teori dan Implementasi*.

Yogyakarta: Deepublish.

Wijaya, T. dan Paramita, E.L. (2014). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR*. *Jurnal Pemasaran* 2 (1)

