

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Durianto, Darmadi. (2003). *Inovasi Pasar dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Evans, Dave. (2008). *Social Media Marketing An Hour Day Second Edition*. John Wiley & Sons, Inc.

Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut : Word of mouth Marketing*. Yogyakarta : media pressing.

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. (Cetakan 1). Bandung: PT. Refika Aditama.

J. Setiadi, Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Kencana Perdana Media Grup.

Kotler, & Phillip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prentince- Hall.

Kotler, Phillip. Keller Kevin, Lane (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.

Kotler, Philip & Keller K.L. (2013). *Marketing Manajemen (Fourteenth Edition)*. England: Pearson Education Limited.

Kotler, Phillip & Armstrong, Gary. (2012). *Principle Of Marketing (14thed)*. NewJersey: Pearson.

Nasrullah, Rulli. (2008). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*.

Nurudin (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Noor. Juliansyah, 2011, *Metodologi Penelitian*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro. 2012. *Cara Mudah Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabeta. Bandung.
- Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung : Mandar Maju.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif* Bandung: Alfabeta, cv.
- Sumardy. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Sujarweni, V. W. (2015) *SPSS Untuk Penelitian* Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.
- Taniredja, & Tukiran, M. (2011) *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.

Skripsi

Ayu Laksmi, Aditya. (2017) *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Warunk Upnormal*. Bandung : Universitas Telkom Bandung.

Kesuma Wardani, Annisa. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Forum Online Female Daily Terhadap Minat Beli Produk Purbasari di Kalangan Remaja Wanita*. Riau : Universitas Riau.

Mustika Sari, Viranti. (2014). *Pengaruh Word Of Mouth (EWOM) di Media Sosial Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Restoran Hollycow Steak)*. Depok : Universitas Indonesia.

Putri, Harnita. Sastika, Widya (2016). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E WOM) Melalui Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Steak Ranjang Bandung*. Bandung : Universitas Telkom Bandung.

Putera Yuwono, Frilanata. (2015). *Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth Aqua Indonesia Melalui Media Sosial Twitter Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa/i Universitas Telkom Bandung)*. Bandung : Universitas Telkom Bandung.

Safira, Rulanda. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Twitter Dan Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada : GOJEK TAHUN 2017)*. Bandung : Universitas Telkom Bandung.

Jurnal Nasional.

Ekawati, Mustika., Kumadji, Srikandi., Kusumawati, Andriani. (2014). *Jurnal Pengaruh electronic word of mouth terhadap pengetahuan konsumenserta dampaknya pada keputusan pembelian: survei pada followers account twitter @WRPdiet*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 14(2) 1- 8.

Fatmasari, Fitri. (2015) *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Twitter Terhadap Keputusan Pembelian*. (Studi Pada Restoran Mie Akhirat,

Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*. Universitas 17 Agustus Surabaya. No 1.

Kesuma, Ayu., Wicaksono, Bagus., dan Sianatuzzulfa, Rahmah. (2018). *Hubungan Electronic Word of Mouth Dan Hedonic Shopping Motivation Dengan Perilaku Konsumtif Produk Make Up Pada Mahasiswi*. *Jurnal Psikologi Kedokteran Universitas Sebelas Maret*. Vol 14, No 1.

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.

Pratiwi, Yuly Rahmi 2017. *Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada BoardGame Lounge Smart Café Pekanbaru)*. Pekanbaru: tidak diterbitkan.

Yulianton, Heribertus., Andreas Sutanto, Felix., Hadiono, Kristophorus. (2017) . *Analisa Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Pada Media Sosial Twitter*. *Jurnal DINAMIK* Volume 22, No.1, Januari 2017.

Watie, Errika Dwi Setya. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial* dalam *Jurnal The Messenger*, Vol.III, No.1 : Semarang.

Ramadhani, B. (2015). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Surabaya (Studi Terhadap Toko Online Zalora Dan Berrybenka)* Artikel Ilmiah.

Naomi, Nadia. 2011. *Analisis Perilaku Konsumsi Produk Ramah Lingkungan Pada Remaja*. *Jurnal*. IPB

Jurnal Internasional

Goyette I., Ricard, L., J., B., & F., M. (2015). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5–23.

- Gharibi, S. (2012). *Explain The Effectiveness of Advertising Using The AIDA Model, Intedisciplinary Journal of Contemporary Reseach in Business*.4(2).
- Hennig-Thurau, T. e. (2004). *Electronic Word-of-Mouth Via Consumer Opinion Platforms: What Motivates Consumer to Articulate Themselves on The Internet. Wiley InterScience*, 15.
- Jeong, Eunha and SooCheong (Shawn) Jang .2011. Restaurant experience triggering positive electronic word-of-mouth (eWOM) motivations. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 30, page 356-366.
- Rehman, F., Nawaq, T., Khan, A., dan Hyder, S. (2014). *How Advertising AffectThe Buying Behavior of Consumer in Rural Areas: A Case ofPakistan,Academic Research International*, 5(4).
- Voyer, P. A., & Ranaweera, C. 2015. The Impact of Word of Mouth on Service Purchase Decisions: Examining Risk and the Interaction of Tie Strength and Involvement. *Journal of Service Theory and Practice*. 25(5). Halaman 636-656.
- Sangeeta Trott, Vinod V. Sople, *Brand Equity: an Indian Perspective*, PHI Learning Pvt Ltd, New Delhi India 2016.
- Gupta, Pranjal & Harris, Judy, 2010. "How e-WOM recommendations influence product consideration and quality of choice: A motivation to process information perspective," *Journal of Business Research*, Elsevier, vol. 63(9-10), pages 1041-1049, September.
- Sundaram, D.S., Mitra, K., & Webster, C. .(1998). *Word-Of-Mouth Communications: A Motivational Analysis. Advances in Consumer Research*.

Sumber Online.

- Adolof Buol, Ronny. (2019, 10 September). *Pengguna Internet Indonesia Terus Tumbuh*. <https://zonautara.com/2019/09/10/pengguna-internet-indonesia-terus-tumbuh-terbanyak-akses-media-sosial/> Diakses pada tanggal 13 Oktober 2019 Pukul 21.01 WIB

- Hidayat, Wicak. (2014, 24 November). *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*. https://kominfo.go.id/content/detail/2366/indonesia-peringkat-lima-pengguna-twitter/0/sorotan_media Diakses pada tanggal 13 September 2019 Pukul 22.30 WIB
- Kata Data. (2016, 22 November). *Indonesia Pengguna Twitter Terbesar Ketiga di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia> Diakses pada tanggal 15 September 2019 Pukul 13.45 WIB
- Lipus Internet. (2019). *Indonesia Digital 2019 : Media Sosial*. <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/> Diakses pada tanggal 31 Oktober 2019 Pukul 13.13 WIB
- Nimda. (2012). *APA ITU SOSIAL MEDIA* dari <http://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/> Diakses pada tanggal 12 Februari 2019 Pukul 14.00 WIB
- Sociolla <https://www.sociolla.com/> Diakses pada tanggal 13 September 2019 Pukul 22.50 WIB
- Zona Utara (2019). *Data Pengguna Internet di Indonesia*. <https://zonautara.com/tag/data-pengguna-internet-di-indonesia/> Diakses pada tanggal 10 September 2019 Pukul 13.00 WIB