

## DAFTAR PUSTAKA

- Adipratama, Y. (2017). *Pengaruh Video Advertising Traveloka Versi Kisah Tentang Apak Terhadap Respon Afektif Khalayak*. Bandung: Universitas Telkom.
- Aliansyah, M. A. (2014, Oktober 18). *Sejarah meme, guyonan renyah di media sosial*. Retrieved from merdeka.com: <https://www.merdeka.com/peristiwa/sejarah-meme-guyonan-renyah-di-media-sosial.html>
- Amstrong, P. K. (2003). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Andy, S. (2009). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York: Kaplan Publishing.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Banowati, K. (2018). *Pengaruh Jingle Iklan Pesona Indonesia di Televisi Terhadap Respon Afektif Khalayak*. Bandung: Universitas Telkom.
- Belch, G. &. (2012). *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective Global Edition*. Singapore: McGraw Hill Company.
- Belch, M. A. (2009). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective. 8th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Chandra, E. (2017, September 22). *Novel "Dilan" Karya Pidi Baiq Jadi Buku Best Seller di Gramedia*. Retrieved from Tribunjabar.id: <http://jabar.tribunnews.com/2017/09/22/novel-dilan-karya-pidi-baiq-jadi-buku-best-seller-di-gramedia>
- Darmawan, D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif. Cetakan Kedua*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Defani, A. (2017). *Pengaruh Electronic Word of Mouth oleh Beauty Vlogger terhadap Brand Image Lip Coat by Lizzie Parra*. Bandung: Universitas Telkom.

- Fill, C. (2009). *Marketing Communications Fifth Edition: Interactivity, Communities, and Content*. Edinburg Gate: Prentice Hall.
- Fitri, I. (2017). *Pengaruh Jingle Iklan Video Sunsilk Conditioner Versi "Rambut Ga Kusut, Ga Lepek" di Youtube terhadap Respon Kognitif Khalayak*. Bandung: Universitas Telkom.
- Galih, A. (2018, Januari 22). *11 Meme Film Dilan 1990 yang Bakal Bikin Kamu Ketawa Ngakak*. Retrieved from IDN Times: <https://www.idntimes.com/hype/humor/eka-supriyadi/11-Meme-film-dilan-1990-yang-bakal-bikin-kamu-ketawa-ngakak-c1c2/full>
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hashim, K. B. (2015). Electronic Word Of Mouth: Exploring Consumer Reactions And Purchase Intention . *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 1-10.
- Irfani, A. (2018). *Pengaruh Iklan TV Tokopedia Versi "Kejar Jodoh Dimulai Dari Tokopedia" Terhadap Respon Khalayak*. Bandung: Universitas Telkom.
- Jalilvand, M. R. (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*, 1-11.
- Keller, K. L. ( 2003). *Strategic Brand Manajemen, Second Edition*. Prentice Hall .
- Kotler, K. L. (2003). *Manajemen Pemasaran Edisi 12, Cetakan III, Alih Bahasa oleh Benyamin Molan*. .
- Kotler, K. L. (2003). *Membangun Minat Beli*. Indeks.
- Kotler, P. d. (2010). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi Ketigabelas*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, N. (2015, Oktober 25). *Dilan, Romantisme di Tahun 1990*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/nindianiarik/562cf272e7afbd6c0b1b952b/dilan-romantisme-di-tahun-1990>

- Lidia Estheryna Dewi Putri, F. S. (2015). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Terhadap Purchase Intention (Studi kasus pada Go-Jek Indonesia). *e-Proceeding of Management*, 1-7.
- Mardikantoro, A. A. (2018). *Pengaruh Elctronick Word Of Mouth Pada Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Tio Kingdom Sablon di Bandung Tahun 2018)*. Bandung: Universitas Telkom.
- Mirza, A. M. (2013). The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers' Purchasing Decisions . *International Journal of Computer Applications* , 1-9.
- Mudjiono, D. &. (2011). *Belajar Dan Pembelajaran*. Jakarta:: Rineka Cipta.
- Nandasari, I. (2018, Februari 7). *Begini Macam-Macam Tanggapan Kaum Hawa Atas Film "Dilan 1990"*. Retrieved from asumsi: <https://www.asumsi.co/post/demam-film-dilan-begini-macam-macam-tanggapan-kaum-hawa>
- Narulita, A. D. (2014). *Pengaruh Word Of Mouth Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Roti Gempol Bandung*. Bandung: Universitas Telkom.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Natakusumah, F. A. (2015). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Manajemen Teori dan Terapan*, 57.
- Nugraha, A. (2015). *Fenomena Meme Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Posting Meme pada Pengguna Media Sosial Instagram)*. Bandung: Universitas Telkom.
- Nurfitriyana, A. (2018). *Pengaruh Iklan Webseries "Samsung: Move On Trip!" terhadap Respon Khalayak*. Bandung: Universitas Telkom.
- Oktafiani, A. A. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warung Upnormal. *Jurnal Computech & Bisnis*, 1-11.

- Pramana, H. W. (2012). *Aplikasi Inventory Berbasis Access 2003*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo .
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu : Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Purwanegara, A. I. (2016). Information Acceptance Of Electronic Words Of Mouth (eWOM) and Purchase Intention Through Haul Videos Youtube. *Journal Of Business and Management*, 1-10.
- Puspa Ratna Ningrum Suwarduki, E. Y. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-10.
- Rakhmat, J. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Renata, M. (2014). Menggunakan "MEME" Dalam Word Of Mouth (WOM) Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Studi Manajemen*, Vol 8, No.2, 183-192.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, K. &. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Sedarmayanti, S. H. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Sekaran, U. (2007). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi 4. Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2009). *Research Methods for Business : Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi 4. Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sernovitz, A. (2012). *Word Of Mouth Marketing How Smart Companies Get People Talking*. Austin: Greenleaf Book Group Press.

- Setiowati, T. R. (2013). Respon Khalayak Terhadap Perubahan Format Acara Program “Suara Anda” Di Metro Tv. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1-11.
- Silaban, R. O. (2018). *Pengaruh Ewom Dari Channel Beauty Vlogger Terhadap Brand Image Nature Republic Melalui Produk Aloe Vera 92% Soothing Gel (Studi Kasus Pada Anggota Forum Female Daily Indonesia)* . Bandung: Universitas Telkom.
- Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sitanggang, F. C. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Warunk Upnormal Di Kota Bandung Tahun 2018)*. Bandung: Universitas Telkom.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Syafaruddin Z, S. &. (2016). Pengaruh Komunikasi Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1-8.
- Syafruddin, A. &. (2016). *Kurikulum dan Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali.
- Tehseen, H. A. (2018). The Effect of Electronic Word-Of-Mouth (EWOM) On Brand Image and Purchase Intention: A Conceptual Paper . *Socio Economic Challenges*, 1-12.

- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran Edisi 1*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Utami, D. N. (2018). *Pengaruh Pesan Iklan Clean & Clear Versi 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda Di Youtube Terhadap Respon Kognitif Khalayak*. Bandung: Universitas Telkom.
- Virenabia, C. (2018). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Followers Instagram Bandung Makuta*. Bandung: Universitas Telkom.
- Widjaja, A. T. (2016). Pengaruh Word Of Mouth Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention : Sebuah Studi Kasus Mengenai Perilaku Konsumen Terhadap Jasa Ojek Online Gojek . *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1-15.
- Wirawan. (2008). *Budaya dan Iklim Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Sumber Internet :

- <https://www.asumsi.co/post/demam-film-dilan-begini-macam-macam-tanggapan-kaum-hawa>, diakses pada 05 September 2018 pukul 16.00 WIB.
- [https://www.kompasiana.com/nindianiarik/dilan-romantisme-di-tahun-1990\\_562cf272e7afbd6c0b1b952b](https://www.kompasiana.com/nindianiarik/dilan-romantisme-di-tahun-1990_562cf272e7afbd6c0b1b952b), diakses pada 05 September 2018 pukul 15.50 WIB.
- <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2007-2018#.W6yuCWgza00>, diakses pada 27 September 2018 pukul 20.00 WIB.
- <http://jabar.tribunnews.com/2017/09/22/novel-dilan-karya-pidi-baiq-jadi-buku-best-seller-di-gramedia>, diakses pada 27 September 2018 pukul 20.15 WIB.
- <https://hype.idntimes.com/humor/eka-supriyadi/11-Meme-film-dilan-1990-yang-bakal-bikin-kamu-ketawa-ngakak-c1c2/full>, diakses pada 05 September 2018 pukul 17.10 WIB.
- <https://www.merdeka.com/peristiwa/sejarah-meme-guyonan-renyah-di-media-sosial.html>, diakses pada tanggal 05 November 2018
- <https://www.cnnindonesia.com/tv/20180207110648-403-274482/demam-film-dilan-1990>, diakses pada 21 Januari 2019 pukul 23.40 WIB

- <https://www.tabloidbintang.com/film-tv-musik/kabar/read/91656/5-faktor-sukses-dilan-1990-jadi-box-office>, diakses 22 Januari 2019 pukul 13.30 WIB
- <https://kumparan.com/euniceapril/dilan-1990-dan-strategi-marketing-yang-sukses>, diakses 22 Januari 2018 pukul 13.30 WIB
- [https://www.kapanlagi.com/foto/berita-foto/indonesia/64210meme\\_dilan-20180129-007-rita.html](https://www.kapanlagi.com/foto/berita-foto/indonesia/64210meme_dilan-20180129-007-rita.html), diakses pada 05 September 2018 pukul 17.10 WIB
- [https://www.kapanlagi.com/foto/berita-foto/indonesia/64210meme\\_dilan-20180129-007-rita.html](https://www.kapanlagi.com/foto/berita-foto/indonesia/64210meme_dilan-20180129-007-rita.html), diakses pada 14 Februari 2019 pukul 17.10 WIB
- <https://celebrity.okezone.com/read/2018/02/07/33/1855993/dilan-1990-viral-jadi-bahan-meme-ini-tanggapan-vanessa-prescilla>, diakses pada 14 Februari 2019 pukul 17.12 WIB
- <http://jateng.tribunnews.com/2018/02/09/banyak-beredar-meme-film-dilan-ini-tanggapan-milea>, diakses pada 14 Februari 2019 pukul 17.15 WIB
- <https://www.kanal247.com/media/konten/0000012581.html>, diakses pada 14 Februari 2019 pukul 17.18 WIB
- <https://inet.detik.com/fotoinet/d-3838529/meme-lucu-film-dilan-1990-bertebaran>, diakses pada 14 Februari 2019 pukul 17.23 WIB
- <https://seleb.tempo.co/read/1054614/meme-dilan-1990-bikin-ramai-media-sosial-mana-yang-paling-lucu>, diakses pada 14 Februari 2019 pukul 17.25 WIB