

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arens, William F. David H. Schaefer, dan Michael Weigold. (2009). *Essencial of Contemporary Advertising*. New York: MC. Graw Hill
- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Bertrand, P. I. (2005). *Media Research Methods: Audience, Institutions, Texts*. New York: Palgrave Macmillan.
- Burhan, B. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- David, F. R. (2011). *Menajemen Strategi Konep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Golden, M. (2011). *social media strategies for professionals and their firms*. new jersey: jonh wiley & sons.
- Keller, K. (2012). *Menajemen Pemasaran edisi 12*. jakarta: erlangga.
- Keller, K. d. (2009). *Menajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniadi, S. (2013). *Marketing cappucino*. Jakarta: alex media komputindo.
- Lababa, D. (2008). *Evaluasi Program*. Manado: Sebuah Pengantar.
- Lattimore, D. d. (2010). *Public Relation Profesi dan Praktik (Edisi Ketiga)*. jakarta: salemba humanika.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Jakarta: Ghalia .
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial*. Jakarta: Kencana Prenadamedia grup.

- Nirsina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Ruben, B. d. (2013). *komunikasi dan perilaku manusia*. Jakarta: Rajswali pers.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba empat.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode pendekatan pendidikan penelitian kuantitatif, kualitatif*. Bandung: alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku konsumen dan pemasaran*. yogyakarta: CAPS.
- Sutisna. (2001). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suwandiyanto. (2010). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Usman, B. (2002). *Media Pendidikan*. Jakarta: Ciputat Press.
- William F. David H. Schaefer, d. M. (2009). *Essencial of Contemporary Advertising*. New York: MC. Graw Hill.
- Wrightstone, J. W. (1956). *Evaluation in Modern Education*. Michigan: American Book Co.University.

## **Jurnal**

- Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael 2010. "*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*". *Business Horizons* 53 (1). p. 61. Anderson, Lorin W. Et.

- Chang, L. Y., dan Lee, Y. J. (2012). *The Influence of e-Word of Mouth on the Costumer's Purchase Decision: a case of Body Care Products.* *Journal Global Of Bussines Management*. ISSN 1817-3819.
- C. Park, T.M. Lee . (2009) *Journal of Business Research* 62
- Ekawati, Mustika et.,al (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.
- Goldsmith., dan Horowitz. (2006). *Measuring Motivations for Online Opinion Seeking* *Journal of Interactive Advertising*, 6(2). 1-16.
- Goyette, I., et.,al. (2010). *e-WoM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale fore-Services Context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1). 5-23.
- Gruen, T. W., Osmonbekov, T., dan Czaplewski, A.J. (2006). *eWOM: The Impact of Customer-to-Customer Online Know- How Exchange On Customer Value and Loyalty*. *Journal of Business Research*, 59(4). 449-456.
- Hennig-Thurau,Thorsten. Kevin Gwinner. Gianfranco Walsh. Dwayne Gremler. 2004. *Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platform : What Motivates Consumers To Articulate Themselves on The Internet*. *Journal of Interactive Marketing*.38 : 52
- Ismail Ishak,(2012) “Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Belanja Online: Sebuah Studi Tentang Penyebab (Antecedents) dan Konsekuensi (Consequents)”. *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 16 No.2.
- Lin, C., Wu, Y.S., dan Chen, J. (2013). *Electronic Word of Mouth: “The Moderating Rules of Product Involvement and Brand Image”*. *Internet Research*. S3-29, S3-47.

- Liu, J., ChuChi & Chen, J. S. (2006). *Virtual Experiential Marketing on Online Purchase Intention. Proceedings of the 11th Annual Conference of Asia Pacific Decision Sciences Institute* Hongkong
- Syafaruddin., Suharyono., dan Srikandi, K. (2016). Pengaruh Komunikasi *Electronic Word of Mouth* Terhadap Kepercayaan (*Trust*) dan Niat Jual Beli (*Purchase Intention*) Serta Dampaknya pada Keputusan. *Pembelian* Jurnal Universitas Brawijaya. 3(1).

### **Sumber Online**

- Databoks. (2018, 9 Februari). Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia? [Online], Tersedia: <https://databoks.katadata.co.id> [Akses: 9 September 2018]
- Databoks. (2018, 23 Juli). 4 Miliar Penduduk Bumi Telah Terkoneksi Internet [Online], Tersedia: <https://databoks.katadata.co.id> [Akses: 9 September 2018]
- Wahyu, A. (2015, 4 Juli). Instagram Efektif Menyebarkan Informasi Pariwisata [Online], Tersedia: <https://travel.kompas.com> [Akses: 29 September 2018]
- Sinta, A. (2017, 14 September). Promosi Pariwisata, Pemkab Tasikmalaya Luncurkan Program ‘Tasik Siap’ [Online], Tersedia: <http://travel.tribunnews.com> [Akses: 9 September 2018]
- Asih, P. (2017, 20 November). 7 Destinasi Wisata Tasikmalaya Ini, Bikin Kamu Pengen Kesana [Online], Tersedia: <https://www.idntimes.com> [Akses: 9 September 2018]
- Hani, N. (2016, 27 Juni). Ada 22 Juta Pengguna Aktif Instagram dari Indonesia [Online], Tersedia: <https://www.cnnindonesia.com> [Akses: 10 Desember 2018]
- Irwan Nugraha. (2018, 16 September). Melalui TOF 2018, Kota Tasikmalaya Dianggap Layak Jadi Kota Wisata [Online], Tersedia: <https://regional.kompas.com> [Akses: 20 Desember 2018]