

Daftar Pustaka

Buku:

- Achmad Kuncoro, Engkos dan Ridwan. 2012. *Analisis jalur (Path Analisis), Edisi kedua*. Bandung: Alfabeta.
- Alex S, Nitisemito. 2002. *Manajemen Personalia. Cetakan ke 9. Edisi ke 4*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ali, Hasan. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budi Purbayu Santosa dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel&SPSS*. Yogyakarta.: Andi Offset.
- Darmawan, Deni. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosada
- Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPPFE
- Featherstone, Mike. 2001. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Indrawan, Rully dan Yaniawati, R. Poppy. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran, Edisis Milenium*. Jakarta: Prehallindo.
- _____. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisis Milenium Jilid 2*. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2, Edisi Ketiga edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.

- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa. Buku 1 (Edisi 6)* . Jakarta: Salemba Humanika,
- Schiffman, Leon G. and Leslie L. Kanuk. 2000. *Costumer Behaviour. Fifth Edition*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Buku 2 (Edisi 4)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Sujarweni, V. W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suryani & Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Swastha, Basu dan Hani T. Handoko. 2013. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, Yogyakarta: ANDI.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Jurnal:

Do-Hyung Park and Sara Kim (2007), *The effects of consumer knowledge on message processing of electronic word-of-mouth via online consumer reviews*. 399–410.

Eun-Ju Lee and Soo Yun Shin (2014) *When do consumers buy online product reviews? Effects of review quality, product type, and reviewer's photo*

Gardial, S. F., Clemons, D. S., Woodruff, R. B., Schumann, D. W., & Burns, M. J. (1994). *Comparing consumers' recall of prepurchase and postpurchase product evaluation experiences*. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 548-560.

Garia Aprillio, Rio dan Astri Wulandari (2018) *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Fave hotel Hyper Square Bandung Tahun 2018)* www.openlibrary.ac.id. Vol. 4, No.3

Godes, D. and Mayzlin, D. (2004) *Using Online Conversations to Study Word-of-Mouth Communication*. *Marketing Management*, 23, 545-560.

Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2010). *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.

Hennig-Thurau., et al (2004), *Electronic Word-of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motive Consumers to Articulate Themselves On the Internet*. *Journal of Interactive Marketing*. Vol. 18. No 1. pp. 39

Hu, N., Liu, L., & Zhang, J. (2008). *Do online reviews affect product sales? The role of reviewer characteristics and temporal effects*. *Information Technology and Management*.

Jansen, Bernard J., and Mimi Zhang. (2009). *"Twitter Power: Tweets as Electronic Word of Mouth"*. *Journal Of The American Society For Information Science And Technology* Vol. 60, page 2169-2188.

Internet:

<http://www.disparbud.jabarprov.go.id>

<https://dailysocial.id/post/apjii-survei-internet-indonesia-2017>

<https://kbbi.kata.web.id/gaya-hidup/>

<https://www.instagram.com/warungkopipurnama>

<https://www.internetworldstats.com/>

<https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-86866464>