

DAFTAR PUSTAKA

- Bulaeng, A.R. 2002. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Pusat Penerbitan. Universitas Terbuka.
- Djaslim, Saladin Yevis Marty Oesman. 2014. Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. Bandung : Linda Karya.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, Ratih. (2015). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: ALFABETHA
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi. Teknologi Komunikasi dan Informasi, Bandung : Aditama.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2015 Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Peter, J. Paul, H. Donnelly, James. 2014. A Preface To Marketing Management. Twelfth Edition. New York. Mc Graw Hill
- Priansa, Doni Junni. 2016. Pengaruh E-Wom dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada. Universitas BSI. Jurnal Vol. 4 No. 1.
- Sari, Viranti Mustika (2012). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) di Social Media Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen. Universitas Indonesia
- Sarwono, Jonathan. (2013). Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Schiffman, L., & Kanuk, L.L. 2010. Consumer Behavior. 10th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana
- Shimp, Terence. 2010. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono (2017). Metode Penelitian Kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sundaram, D.S., Mitra, K., & Webster, C. .(2014). Word-Of-Mouth Communications: A Motivational Analysis. Advances in Consumer Research
- Suryani & Hendryadi. 2015. Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada. Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Jakarta: Prenada. Media Group.
- Sutisna, 2012, Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Edisi kedua,. Bandung: Remaja
- Swastha, Basu Dharmmesta, dan Handoko, T. Hani. 2014. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Sweeney, Susan.2008."101 Ways to Promote Your Tourism. Bussiness Web Site". Maximum Press : Canada
- Tjiptono. Fandy, 2014. Pemasaran Jasa. Andi : Yogyakarta.
- Ghozali, 2016;134, Uji Asumsi Klasik

Jurnal /Skripsi

- Annisa Mayga Anggitasari, 2016, Pengaruh e-WoM Terhadap Brand Image, dan Brand Trust, Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk Smartphone iPhone (Studi Pada Masyarakat di Yogyakarta) Jurnal Universitas Yogyakarta
- Bong Wan Zhung, 2017, Influence Of Social Media Marketing Activity, Brand Loyalty And E-wom Towards Consumers' Purchase Intention
- Carla Virenabia, 2018, Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Followers Instagram Bandung Makuta
- Chinco Lin, Yi Shuang Wu, an Jeng-Chun Victor Chen. 2013, Electronic Word Of Mouth: The Moderating Roles Of Product Involvement and Brand Image. Journal International Vol 3 No2
- Donni Juni Priansa, 2016, Pengaruh E-WOM dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online di Lazada
- EunHa Jeonga & Soo Cheong Jang, 2011, Restaurant Experiences Triggering Positive Electronic Word Of Mouth motivations

- Fungkiya Sari, & Edriana Pangestuti, Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-wom) Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon), Jurnal Universitas Brawijaya 2018
- Godfey Temba dan Monica Mulala, 2013, Brand-Related Ewom and Its Effects on Purchase Desicions: An Emprical Study of University of Botswana Students
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F., 2010 E-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e- Services Context. Canadian Journal of Administration Sciences, 27(1), (5-23)
- Hennig, Thureau; Thorsten; Markus F. Langer; Ursula Hansen 2014. Modelling and Managing Student Loyalty – An Approach based on the Concept of Relationship Quality. Journal of Service Research, 331-344. Sage Publications, Inc
- Hennig-Thureau, Thorsten, and Gianfranco Walsh. 2003. "Electronic Word-of-Mouth: Motives for and Consequences of Reading Customer Articulations on the Internet." International Journal of Electronic Commerce, 8 (2): 51-74.
- Hennig-Thureau, Thorsten. Kevin Gwinner. Gianfranco Walsh. Dwayne Gremler. 2014. Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platform : What Motivates Consumers To Articulate Themselves on The Internet ?. Journal of Interactive Marketing. 38 : 52
- Jimenez, F.R & Mendoza, N. A. (2013). Too popular to ignore: The influence of online reviews on purchase intentions of search and experience products. Journal of Interactive Marketing, 27(3), 226-235
- Lidia Estheryna Dewi Putri, 2015, Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Purchase Intention (Studi kasus pada Go-Jek Indonesia)
- Puspa Ratnaningrum Suwarduki, Edy Yulianto, M. Kholid Maward, 2016, Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Destinasi serta dampaknya pada minat dan keputusan berkunjung (Survei pada followers aktif Akun Instagram Indtravel yang telah mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 37 No.2

- Ratri Werdiningsih, 2012, Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk House of Adity (Studi Kasus Konsumen House of Adity Di Bandung) Institut Manajemen Telkom
- Shantanu Prasad, Ishwar C Gupta, Navindra K Totala, 2017, Social Media Usage, Electronic Word of Mouth and Purchase Decision Involvement.
- Tatsa Marizka, 2016, Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli pada Café DU71A Bandung.
- Viranti Mustika Sari, 2012, Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) di Social Media Twitter terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Restoran Holycowsteak), Lib.ui.ac.id