

DAFTAR PUSTAKA

- Alni Dkk., 2012, *Statistika*, Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.
- Bilson Simamora, 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Surabaya: Pustaka Utama.
- Detik.Com. September 27. [Http://inet.Detik.Com/Cyberlife/D-3659956/132-Juta-Pengguna-Internet-Indonesia-40-Penggila-Medsos](http://inet.detik.com/cyberlife/D-3659956/132-Juta-Pengguna-Internet-Indonesia-40-Penggila-Medsos)
- Dianoux, Christian, Zdenek Linhart, and Lucie Vnouckova. 2014. "Attitude toward Advertising in General and Attitude toward a Specific Type of Advertising – A First Empirical Approach." *Journal of Competitiveness* 6 (1):87–103. <https://doi.org/10.7441/joc.2014.01.06>.
- Ghozali, I, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Gozali, M. Yudha, And Tommy Setiawan Ruslim. 2015. "Efek E-Wom Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention (Kasus: Industri Mobil "D")." *Karya Ilmiah Dosen Fakultas Ekonomi*
- Hastina, Putri. 2017. "Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Grannysnest Di Bandar Lampung." *Jurnal Bisnis dan Informasi* 7 (3):13-29..
- Hartono, J. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Salah Kaprah dan PengalamanPengalaman)* (Vol. 6). Yogyakarta, Indonesia: BPFY-YOGYAKARTA.
- Hennig-Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, and Dwayne D. Gremler. 2004. "Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?" *Journal of Interactive Marketing* 18 (1):38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>.
- Januar, Al fajri. 2016. "Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Koran Harian Pt. Riau Pos Intermedia Pekanbaru)" *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Vol 3, No 2

- Kurnia, Dita. 2010. "Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Negeri Padang Atas Kartu Perdana IM3." *Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Publik*. <http://ejournal.unp.ac.id/>
- Litvin, Stephen, Ronald Goldsmith, and Bing Pan. 2006. "Electronic Word-of-Mouth in Hospitality and Tourism Management." *Tourism Management* 29 (3):458–68. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.06.012>.
- Lubis, Ikhsan Bismo Hidayat, and M.E.I. Arif Wibowo. 2015. "Pengaruh Citra Merek , Media Iklan Instagram , Pembelian Produk VANS (Studi Kasus Pada Followers Twitter @ VHeadID)" *journal.student.uny.ac.id* 5:388–401.
- Pramudyaningih, Novi Rahayu. 2013. "Pengaruh Penggunaan Selebrity Terhadap Minat Beli Konsumen Pelembab Muka Pond ' S Di Kota Semarang, ". *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, <http://publikasi.dinus.ac.id> 1–31.
- Pujianto. 2003. "Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan." *Desain Komunikasi Visual* 5 (1):1 Januari.
- Reza Jalilvand, Mohammad, and Neda Samiei. 2012. "The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention." *Marketing Intelligence & Planning* 30 (4):460–76.
- Roostika, Ratna. 2012. "Citra Merek Tujuan Wisata Dan Perilaku Wisatawan: Yogyakarta Sebagai Daerah Tujuan Wisata." *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 1 (1):41–54.
- Sakina Indarsari Dkk., 2015, Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Bri Bangkalan, *Jema, Vol. 13 No. 2*
- Sari, Fanny Puspita, and Tri Yuniati. 2016. "Pengaruh Harga Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 5 (2461–0593):1–17.
- Sekaran, Uma., 2011, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Silverman, George. 2001. *The Secrets Of Word Of Mouth Marketing: How To Trigger Exponential Sales Through Runaway Word Of Mouth*. New York: Amacom
- Sinaga, Eka Mayastika. 2016. "Word of Mouth." *Boundless*. <https://www.boundless.com/business/textbooks/boundless-business-textbook/marketing-communications-17/promotion-104/word-of-mouth-488-6756/>.

- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Umamy, Choirul, Srikandi Kumadji, and Edy Yulianto. 2016. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang Angkatan 2015 / 2016 Pengguna Smartphone)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 33 (1):114–19.
- Webster. Jr, Frederick e., and Kevin Lane Keller. 2004. "A Roadmap for Branding in Industrial Markets." *Brand Management* 2 (5):388–402. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540184>.
- Widhiarso W. 2010. "Pengembangan Skala Psikologi : Lima Kategori Respons Ataupun Empat Kategori Respons ?," 1–5. *Jurnal Psikologi dan Budaya*, <http://ugm.ac.id>
- Yoo, Boonghee, and I ,*, Naveen Donthub. 2008. "Developing and Validating a Multi-Dimensional Brand Cognition Scale." *The Business Review, Cambridge* 10 (1):61–67.
- Yulianto, Edy, and M Kholid Mawardi. 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.studentjournal.ub.ac.id. vol 37, no 2 (2016)*