

DAFTAR PUSTAKA

Literatur Buku

- A, Shimp Terence. 2003. Periklanan dan Promosi, Erlangga, Jakarta.
- Aditama.Djajasudarma (2006) Metode Linguistik – Ancangan Metode Penelitian.
Dan Kajian. Bandung: PT Refika,
- Agus Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta, Erlangga.
- Anderson, et al. (2011). *A Theory of Quality Management Underlying The Deming Management Method*. Academy of Management (Online).
- Ardianto, Elvinaro. 2010. Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif Dan. Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Zainal. (2012). Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru.
Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Bruyn, A. D. (2008). A multi-stage model of word-of-mouth influence through viral marketing. Elsevier , 13.
- Bungin, Burhan H.M, 2007; Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan. Publik, dan Ilmu social, Jakarta : Kencana
- E; R Dermawan Soemanagara., (2006). Marketing Communication –. Taktik dan Strategi. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer.
- Evans, Dave. dan McKee, Jake. 2010. Social Media Marketing: The Next.
Generation of Business Engagement. Indiana : Wiley Publishing inc
- Creeber, G. and Martin, R., (ed)., 2009, *Digital Cultures: Understanding New Media*, Berkshire-England: Open University Press.
- Ghony, M.D. dan Almanshur, F. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif.
Yogyakarta: Ar-ruzz Media
- Harjanto,Rudy,2009, *Prinsip-Prinsip Periklanan*, Jakarta, PT Gramedia Jakarta
- Hennig-Thurau, T.; K. P. Gwinner; G. Walsh dan D.D. Gremler. (2004).
Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: what motivates consumer to articulate themselves on the internet. Journal of interactive Marketing, Vol 18/I/2004.

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

Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., 2006. Marketing Communication – Taktik dan Strategi. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1., Erlangga, Jakarta.

_____. (2011). 10th Edition. "Marketing an Introduction". Indonesia: Perason.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management* 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Lievrouw, L.A. (2011) *Alternative and Activist New Media*. Cambridge: Polity Press.

Little John, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi* (theories of human communication) edisi 9. Jkt. Salemba Humanika.

Malita, Laura, 2011, Social Media Time Management Tolls dan Tips, *Procedia Computer Science* 3,

Mufid, Muhamad. 2009. "Etika dan Filsafat Komunikasi", Kencana, Jakarta

Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Moleong, Lexy J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rhenald Kasali (1998) Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning. Gramedia Pustaka Utama,

Satori Djam'an., Komariah Aan. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung Alfabeta.

Sugiyama, Kotaro dan Andree Tim., 2011, *The Dentsu Way*, United States : Dentsu Inc.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____ (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Thurlow, Crispin, Lengel, Laura dan Tomic, Alice. 2004. *Computer Mediated Communication. Social interaction and the internet*. California: SAGE Publications Ltd
Vin Crosbie. *What is new media?*. USA: Peter Lang Publishing. 2002

Widjajanto, Kenmada. (2013). *Perencanaan Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Bandung: CV Ultimius

Yuswohady. (2008). *Crowd. Marketing becomes horizontal*. Jakarta. : PT. Gramedia Pustaka Utama

Literatur Skripsi

Wulansari, Hasta Nirmaya. 2012. *Strategi Komunikasi Pemasaran Word of Mouth Pada Kelompok Pemasar Ayam Cemani Super di Kabupaten Temanggung Dalam Menjaring konsumen*. Retrieved from Upnyk.ac.id

Kurniawan, Ade Putra. 2013. *Strategi Komunikasi Pemasaran Bliss Pool and Lounge Billiard Untuk Menarik Minat Pengunjung dan Mempertahankan Loyalitas Para Pelanggan (Bliss Pool and Lounge Jln.Demangan Baru No. 14 A Yogyakarta)*. Retrieved from Upnyk.ac.id

Ghifary, Vany Hilman. 2011. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dalam Upaya Membentuk image Kota Bandung Sebagai Kota Wisata dan Budaya*. Retrieved from Perpustakaan Universitas Padjadjaran

Rachmatika, Brian Rizky, Srikandi Kumadji dan M.Kholid Mawardi. 2015. *Analisis faktor-faktor pembentuk electronic word of mouth dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada restoran HAKATA IKKOUSHA Jakarta*. Retrieved from Portalgaruda.org

Putranti, Honorata Ratnawati Dwi dan Denny perdana. 2015. *Electronic word of mouth (e-WOM), kepuasan konsumen dan pengaruh langsung dan tak langsung terhadap minat beli konsumen (Studi pada mahasiswa FEB UNTAG di Semarang)*. Retrieved from Portalgaruda.org

Semuel, Hatane dan Adi Lianto. 2014. *Analisis eWOM, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya*. Retrieved from JurnalPemasaran.petra.ac.id

Royana, Ida dan Ferry. 2007. *Hubungan Word of Mouth Negatif dan purchase Intention Pada Jasa Perbankan, Telekomunikasi, Transportasi dan Pengiriman Barang (Internet)*. Retrieved from Repository.unib.ac.id

Hedynata, Marceline Hedynata dan Wirawan E.D.Radianto. 2016. *Strategi Promosi Dalam meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack*. Retrieved from Journal.ac.id

Resky, Gevi Tonida. 2014. *Analisis Pengaruh Electronic word of Mouth (e-WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tas di Instagram RGFASHION STORE*. Retrieved from Jimfeb.ub.ac.id

Jansen.B.J. 2009. *Twitter Power: Tweets as Electronic Word of Mouth*. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com>

Gupta, P.d. 2010. *How e-WOM recommendations influence product consieration and quality*. Retrieved from <https://www.deepdyve.com>

Huang, Y.K. 2011. *The affects of electronic word of mouth messages, psylogical endowment*. Retrieved from <ftp://nas.takming.edu.tw>

Kozinets, Robert, Kristine de Valck, Andrea C. Wojnicki dan Sarah J.S. Wilner. 2010. *Networked Narratives: Understanding Word of Mouth Marketing in Online Communities*. Retrieved from Journal.ama.org

Mangold, W.Glynn, Fred Miller dan Gary R.Brockway. 1999. *Word of mouth Communication In The service Marketplace*. Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/>

Fischer, E.d. 2011. *Social Interaction Via New Social Media: (How) can interactions on Twitter affect effectual thinking and behaviour*. Retrieved from <https://ntucriticalinquiry.wikispaces.com>

Literatur Website

www.lpmpjateng.go.id (di akses pada tanggal 5 january 2016, 15:00 WIB)

www.cnnindonesia.com (di akses pada tanggal 27 juli 2016, 19:00 WIB)

<https://motivasee.com/twitter/> (di akses pada tanggal 5 january 2016, 15:00 WIB)