

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliasari., Ivana, Vina., Thio, Sienny. *Electronic Word of Mouth (E-WoM) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya*. Jurnal Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia. 218-230.
- Asmarani, Noni Nur., (2012) *Pengaruh Word of Mouth Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Warung Sushi Boon di Bandung)*. Skripsi Pada Institut Manajemen Telkom.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Profil pengguna internet indonesia. 2014. Diakses pada 23 Agustus 2016 dari <https://www.apji.or.id/content/read/39/27/PROFIL-PENGGUNAINTERNET-INDONESIA-2014>
- Chang, Lung, Yu, Lee, Yu Je, Wang, Ching Lin., (2012) *The Influence of e-Word-of-Mouth on The Consumers Purchase Decision: A Case of Body Care Product*.
- Dhewanto, Erwan., Mulyaningsih, Hendrati Dwi., Permatasari, Anggraeni., Anggadwita, Grisna., Ameka, Indriany. (2014). *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghafapi Perubahan*. Yogyakarta: ANDI.
- Ekawati, Mustika., Kumadji, Srikandi., Kusumawati, Andriani (2014). *Jurnal Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Pengetahuan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian: survey pada followers account twitter @WRPdiet*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 14(2) 1-8.
- 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.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut Word of Mouth Marketing*. Jakarta Media Presindo.

- Jalilvand, Mohammad Reza, Samiei, Nada., (2012) *The Effect of Electronic Word of Mouth (e-WoM) on Brand Image and Purchase Intention*. Planning Vol. 30/No. 4, 460-476.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. PT. Indeks.
- Kotler, Philips & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Jilid 1 edisi 12)*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip & Armstrong, Gary. (2012). *Principle Of Marketing (14thed)*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, Philip. (2007). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management (14thed)*. United State: Pearson
- Lerrthaitrakul, Weerawit, Panjakajornsak, Vinai., (2014) *The Impact of Electronic Word of Mouth Factors on Consumers Buying Decision-Making Processes in The Low Cost Carries: A Conceptual Framework*. King Mongkuts Intitute of Technology Ladkrabang, Bangkok Thailand.
- Matcharens. (2015) Bakso Super Keju. Di Akses Pada 31 Agustus 2016 dari <https://matcharens.wordpress.com/2015/01/11/baso-enak-di-bakso-boedjangan/>
- Maulana, Adi Ginanjar. (2015, April 09). Realisasi Industri Makanan dan Minuman Meningkatkan. Diakses pada 10 Februari 2016 dari
- Merlin, P Amelia., (2015) *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WoM) Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Konsumen Go-Jek Jakarta dan Bandung*. Skripsi Pada Universitas Telkom.
- Prasetyo, Bambang dan Jannah, Lina Miftahul. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi (edisi ke-5)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Priyatno, Duwi. (2012). *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik*

dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendadarran Skripsi dan Tesis. Yogyakarta: Gava Media.

- Riduwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi. Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riduwan dan Sunarto. (2010). *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sanusi. Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, Viranti Mustika., (2012) *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WoM) di Social Media Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Pada Restoran Holysteak*. Skripsi Pada Universitas Indonesia.
- Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarni, Murti & Wahyuni, Salamah. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*. ANDI, Yogyakarta.
- Torlak, Omer, Ozcara, Behcet, Yalim, Tiltay, Muhammet, Ali, Cengiz, Hakan, Dulger, Mehmet, Fatih., (2014) *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Application Cornering Cellphone Brands For Youth Consumers in Turkey*.
- Utami, Dian Wahyu., (2016) *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WoM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Roti Gempol dan Kopi Anjis Bandung*. Skripsi Pada Universitas Telkom.

- Werdiningsih, Ratri., (2012) *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk House of Adity (Studi Kasus Konsumen House Adity Bandung)*. Skripsi Pada Institut Manajemen Telkom.
- Wijaya, Tommi, Paramita, Eristia Lidia., (2014) *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WoM) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR*. Research Methods and Organizational Studies. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Yamin, Sofyan & Kurniawan, Heri. (2009). *SPSS Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap Dengan Software SPSS*. Jakarta : Salemba Infotek.