

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, M. D. 2016. *3 Fakta Mengejutkan Pengguna Internet di Indonesia*.  
<http://tekno.liputan6.com/read/2435997/3-fakta-mengejutkan-pengguna-internet-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 1 September 2016.
- Ebis. 2016. *Statistik Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia*.  
<http://www.smartbisnis.co.id/content/read/belajar-bisnis/statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-di-indonesia> Diakses pada tanggal 8 September 2016.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., and François Marticotte. (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), hal. 5–23.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut Word of Mouth Marketing*. Yogyakarta: Medpress.
- Hennig Thurau, K. P. (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.
- Jason Q. Zhang, G. C. (2010). When does electronic word-of-mouth matter? A study of consumer product reviews. *Journal of Business Research* , vol. 63, issue 12, pages 1336-1341.
- Kotler&Keller, P. (2009). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1, Edisi 13)*. Jakarta: Indeks.

- Koter, Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lane, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran (Jilid 2, Edisi 13)*. Jakarta: Indeks.
- Mahdhiani, A. S. (2015). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Bowl-lin Fruit Bar di Yogyakarta*. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mustika Ekawati, S. K. (2014). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Pengetahuan Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Followers Account Twitter @WRPdiet)*. Jurnal Business Administration, Vol 14 No 2.
- Nugroho, S. (2010). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Panjakajornsa, W. L. (2014). The Impact of Electronic Word-of-Mouth Factors on Consumers' Buying Decision-Making Processes in the Low Cost Carriers: A Conceptual Framework. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol.5(2): 142-146 ISSN: 2010-023X.
- Pfau, J. C. (2009). Spreading Inoculation: Inoculation, Resistance to Influence, and Word-of-Mouth Communication. *International Communication Association*, ISSN 1050-3293 page 12.
- Philip Kotler & Keller, K. L. (2012). *Principles of Marketing 13 Edition*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Rumahan, B. 2016. *Data Pengguna Internet di Tahun 2015-2016*. Dipetik <https://a1portal.com/2016/04/data-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2015-2016.html>. Diakses pada tanggal 9 September 2016.

- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, V. M. (2012). Pengaruh Electronic Word of Mouth di Social Media Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Restoran Holycow). *Skripsi*, Universitas Indonesia.
- Siregar, S. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sopiah, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Templatoid. 2016. *Pengertian Marketing Mix 4P Definisi Bauran Pemasaran Menurut Para Ahli*. <http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-marketing-mix-definisi>. Diakses pada tanggal 13 September 2016.
- Willward, S. 2016. *Statistik Penggunaan Internet di Indonesia*. <https://id.techinasia.com/statistik-pengguna-internet-di-dunia-dan-indonesia-slideshow>. Diakses pada tanggal 7 September 2016.
- Yusra, Y. 2016. *Survei : Instagram kini lebih populer di banding Twitter di Indonesia*. <https://dailysocial.id/post/survei-instagram-kini-lebih->

populer-ketimbang-twitter-di-indonesia. Diakses pada tanggal 2  
September 2016.