

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arsal, Irem. (2011). "*The Influence of Electronic Word of Mouth in an Online Travel Community on Travel Decisions: A Case Study*". *All Dissertations. Paper 273*.
- Atmaja, Arfian Cahyadi. 2011. *Kajian Karakteristik Edible Film dari Pati Aren Kualitas Rendah*. Skripsi . Jurusan Teknologi Industri Pertanian FTP UGM.
- Aziz, Kartika Alvianty. (2015). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli pada Konsumen Warunk Up Normal*. Bandung.
- Chang ,Lung-Yu, Yu-Je Lee dan Ching-Lin Huang. (2012). *The Influence of E-Word-of Mouth on The Consumer's Purchase Decision: a Case of Body Care Product*. Department of Information Management, Kao Yuan University.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT SaranaTutorial Nurani Sejahtera.
- Erkan, Ismail. (2016). *The Impacts of Electronic Word of Mouth in Social Media on Consumers' Purchase Intentions*. Brunel Business School. Brunel University. Brunei.
- Evans, Dave. (2008). *Social Media Marketing*. Indianapolis: Wiley Publishing.
- Gultom, Dedek K. *et.al.* (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. *Jurnal Manajemen & Bisnis Vol 14 No. 01*
- Harjasiwi. Dara (2014). "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis 2010- 2013)". Laporan Tugas Akhir Universitas Telkom Bandung : Tidak diterbitkan.

- Hurriyati, Ratih. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Jalilvand, M.R. dan Samiei, N. (2012), “*The Effect of Electronic Word of Mouth On Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*”, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol.30 Iss; 4 pp. 460 – 476.
- Kotler, Philip and G. Armstrong. (2012). *Principles of Marketing*. 14th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Kottler, Philip dan G. Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., and Keller, Kevin Lane. (2011). *Marketing Management 14th edition*. Harlow: Pearson.
- Kotler, Philip., and Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management 14th edition*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Lin, Chinho, Yi Shuang Wu, Jeng-Chung Victor Chen. (2013). *Electronic Word of Mouth: The Moderating Roles Of Product Involvement And Brand Image*. Thailand.
- Lovelock, Christopher., *et.al.* (2011). *Pemasaran Jasa. Edisi 7. Jilid 1*. Diterjemahkan oleh Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.

- Marizka, Tatsa. (2016). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli pada Café DU71A Bandung. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom, Bandung.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Paul, J dan Olson, Jerry C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pham, Ly Thi Minh. (2016). *The Impact of Electronic World of Mout (E-WOM) to the Purchase Intention for Cosmetic Products of Online Customers: An Investigation in Vietnam*. Faculty of Business Administration, Ton Duc Thang University, Vietnam.
- Prasetyo, Ketut. 2014. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth di Media Sosial Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Hoka - Hoka Bento*. Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Brawijaya. Malang.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sari, Viranti Mustika (2012). *Pengaruh Electronic Word of Mouth di Social Media Twitter Terhadap Minat Beli (Studi pada Hollysteak)*. S1 Adminsitrasi Niaga, UNiversitas Indonesia 2012.
- Sarwono, Jonathan. (2013). *12 Jurus Ampuh SPSS untuk Riset Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sharifpour, Yousef.(2016). *The Influence of Electronic Word-of-Mouth on Consumers' Purchase Intentions in Iranian Telecommunication Industry*. *American Journal of Business, Economics and Management*. Vol. 4, No. 1, 2016, pp. 1-6
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Cetakan kedua puluh)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Cetakan ke 8)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian*. Bandung: Rafika Aditama.
- Sumardy, Marlin Silviana, Melina Melone. (2011). *The Power of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sunjoyo *et al.*, (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*. Bandung. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: CAPS.
- Syafaruddin, Suharyono, dan Srikandi Kumadji. (2016). Pengaruh Komunikasi Electronic Word of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya paada Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 3, No. 1.
- Tandjung, Jenu Widjaja dan Prayogo, Prabowo. (2012). *Stop Promotion Start Communication*. Jakarta: Elax Media Komputindo.
- Thuy, Nguyen Thanh. (2016). *The Effects of Electronic Word of Mouth to Costumers' Purchase Intention Toward Cosmetics Products*. International Marketing Management, MIMM. LUT, School of Business and Management.
- Tjiptono, Fandy, Ph. D. (2014). *Pemasaran Jasa ; Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Edisi 1. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Wajoana, Faid Lurrohman Andi. (2014). Pengaruh *e-Word of Mouth* melalui Sosial Media terhadap *Purchase Intention* Konsumen *Net Generation* (Studi Kasus pada Konsumen Tiens Group Cabang Bandung Tahun 2014). Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Bandung.
- Wibisono, Dermawan. (2013). *Panduan Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Penerbit Andi.

WEBSITE

<https://www.apjii.or.id>

<https://www.bps.go.id>

<http://health.liputan6.com>

<http://hngrynow.com>

<https://indopress.id>

<https://www.instagram.com/markobar1996>

<https://kemenperin.go.id>

<https://kompasiana.com>

<http://tekno.liputan6.com>

<https://www.qraved.com>