

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:Alfabeta.
- Buol, R.A. (2018, 30 Januari). *DATA: Indonesia peringkat Kelima Pengguna Internet Dunia*. [online]. Tersedia: <http://zonautara.com/blog/2018/01/30/dataindonesia-peringkat-kelima-pengguna-internet-dunia/>. . (Diakses pada 3 Maret 2018).
- Bohang, F.K. (2018). Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia?. [online]. Tersedia:<https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>.
- Cheung, M.C.K dan M.K.O Lee. (2012). What Drives Customer to Spread Electronic Word of Mouth in Online Customer-Opinion Platforms. *Decision Support Systems* 53 218–225.
- Egan, J. (2015). *Marketing Communications*. 2nd Editions. London:SAGE Puxblications.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Edisi empat. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J.M dan Abdillah W. (2014). *Konsep Aplikasi PLS (Partial Square Least) Untuk Penelitian Empiris*. Edisi Pertama. Yogyakarta:Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta:CAPS.
- Humaira, A. dan Wibowo, L.A. (2016). Analisis Faktor Elektronik Word Of Mouth (EWOM) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol. VI, No.2.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. 1st Edition. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y.K., Slade, E., Williams, M.D. (2017). *Electronic Word Of Mouth (Ewom) in the Marketing Context A State of The Art Analysis and Future Directions*. Switzerland:Springer Nature.
- Jalilvand, M.R. dan Samiei, N. (2012). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention. *Marketing Intelligence & Planning*, 30 (4).

- Kaskus. *Sekilas Tentang Kaskus*. [online] Tersedia: <https://bantuan.kaskus.co.id/hc/id/articles/214603718-Sekilas-Tentang-KASKUS>. (Diakses pada 21 September 2018).
- Kaskus. *Sejarah Kaskus*. [online] Tersedia: <https://bantuan.kaskus.co.id/hc/id/articles/214603738-Sejarah-KASKUS>. (Diakses pada 21 September 2018).
- Kaskus Bantuan. (2017, 29 September). *Platform Komunikasi Digital Menginisiasi Program Aspirasi Kreatif Dalam Rangka Sumpah Pemuda*. [online] Tersedia: <https://bantuan.kaskus.co.id/hc/id/articles/115001811951-29-September-2017-Platform-Komunikasi-Digital-Menginisiasi-Program-Aspirasi-Kreatif-Dalam-Rangka-Sumpah-Pemuda>. (Diakses pada 21 September 2018).
- Kaskus Bantuan. (10 Januari 2018). *Kolaborasi Komunitas KASKUS dan GATSBY Ramaikan "GATSBY Pomadic Party" di 6 Kota di Indonesia*. [online] Tersedia: <https://bantuan.kaskus.co.id/hc/id/articles/115003897752-10-January-2018-Kolaborasi-Komunitas-KASKUS-dan-GATSBY-Ramaikan-GATSBY-Pomadic-Party-di-6-Kota-Indonesia>. (Diakses pada 21 September 2018).
- Kementrian Kesehatan RI. (2017). *Data dan Informasi Profil Kesehatan Indonesia 2016*. Jakarta:Pusat Data dan Informasi.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. 15th Edition. New Jersey:Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2016a). *A Framework For Marketing Management*. 6th Edition/Global Edition. England:Pearson Education Limited.
- Kotler, P. dan Keller. K.L. (2016b). *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey:Person Pretice Hall, Inc.
- Manasse, R. (2018, 2 Maret). *10 Forum Internet Terpopuler di Indonesia*. [online] Tersedia: <https://jalantikus.com/tips/forum-internet-terpopuler-di-indonesia/>. (Diakses pada 25 September 2018).
- Musallam, B. dan Magalhaes, R. (2014). *Electronic Word of Mouth Via Twitter: Customer eWOM Motivations and Intractions*. *ResearchGate*.
- Prayustika, P.A. (2016). *Kajian Literatur: Manakah yang Lebih Efektif? Traditional Word of Mouth atau Electronic Word of Mouth*. *Jurnal Matrix* 6 (3). 168-173.

- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta:Prisani Cendekia.
- Rathore, S., Panwar, A. (2016). *Capturing, Analyzing, and Managing Word of Mouth in the Digital Marketplace*. United State of America:Business Science Reference (an imprint of IGI Global).
- Raymond, R. (2016). When Word of Mouth Goes Online: Evaluating The Characteristic And Effects of EWOM Communication. *International Journal of Arts & Sciences*. ISSN: 1944-6934 :08(05):499–508.
- Riduwan dan Akdon. (2013). *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Bandung:Alfabeta.
- Setiyaningrum, dkk. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran –Pengenal Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. 4th Edition. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: CAPS.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung:Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumardy., Silviana, M., Melone, M. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Cetakan Kedua. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suparyanto dan Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor:IN MEDIA.
- Thurau, T.H., Gwinner, K.P., Walsh, G., dan Gramler, D.D. (2004). Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platform: What Motives Consumer To Articulate Themselves On The Internet?. *Journal of Interactive Marketing* 18 (1).

- Waluya. (2015, 20 Juni). *Media Sosial: Ajang Pertukaran Informasi (Manfaat dan Bahayanya)*. [online] Tersedia:
https://www.kompasiana.com/waluya.2014/mediasosial-ajang-pertukaraninformasi-manfaat-danbahayanya_54f717e8a3331198408b464c. (Diakses pada 3 Maret 2018).
- Wijaya, T. dan Paramitha, E.L. (2014). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. *Jurnal Pemasaran* 2 (1).
- Yusuf, O. (2018). *Ini Rencana Pengembangan Kaskus di Bawah CEO Baru*. [online] Tersedia:
<https://tekno.kompas.com/read/2018/04/09/18230077/ini-rencana-pengembangan-kaskus-di-bawah-ceo-baru>. (Diakses pada 21 September 2018).