

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. Manajemen Pemasaran Strategi. Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Aan Komariah dan Djam'an Satori. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Ali Gunawan, Muhammad. (2015). Statistik Penelitian Bidang pendidikan, Psikologi dan Sosial. Yogyakarta : Parama Publishing.
<https://forumpenelitian.blogspot.co.id>. Diakses pada 5 Febuari 2016.
- Bungin, Burhan.2007.Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya.Jakarta:Putra Grafika
- Bertrand, Ina & Hughes, Peter. 2005. Media Research Methods: Audience, Institutions, Texts. New York. Palgrave Macmillan.
- Brent, D. Ruben dan Lea P. Stewart. (2013). Komunikasi dan Perilaku Manusia. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Creswell, John W. 2015. Penelitian Kualitatif & Desain Riset. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Cheung, Christy M.K and Dimple R. Thadani. 2010. The Effectiveness of Electronic Word-of-Mouth Communication: A Literature Analysis. Implications for the Individual, Enterprises and Society.
- David, Fred R, 2011. Strategic Management, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- Diamond, L. & McDonald, J., Multi Track Diplomacy: A Systems Approach to Peace, 3RD edn, Connecticut, Kumarian Press, 1996
- Durianto, D., Sugiarto dan Sitinjak, T. 2004. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: Gramedia
- Effendy, Onong. (2000). Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : PT.Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- _____. (2013). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Gruen, T.W et al (2006), e-WOM: the impact of customer-to-customer online knowhow exchange on customer value and loyalty, *Journal of Business Research*, Vol. 59. No.4, pp. 449-456.
- Golden Michelle. 2011. *Social Media Strategies for Professionals and Their Firms*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing Dari Mulut Ke Mulut: Word of Mouth Marketing*. Yogyakarta: Meddpress.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniadi, Stefanie. 2013. *Marketing Cappucino, Campur dan Racik Marketing Anda Sesuai Selera*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Kennedy, Jhon E & R. Dermawan Soemanagara.(2006). *Marketing Communication*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip & Armstrong, Gary. 2012. *Principle Of Marketing (14th Edition)*. New Jersey: Pearson
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Lattimore, dkk. 2010. *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika
- M Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Moleong, Lexy J. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung
- Machfoedz, Mahmud. 2010 *Komunikasi Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Cakra Ilmu
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Mondry, 2008. Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik. Bogor: Ghalia Indonesia
- McQuail, Denis. (2011). Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- McMillan, James H, & Sally Schumacher. 2003. Research in Education. New Jersey: Pearson
- Nazir, Moh. 2005. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurdin Usman, 2002, Konteks implementasi berbasis Kurikulum, Bandung, CV Sinar Baru.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Malang : Intrans Publishing.
- Priansa, Donni Juni. 2014. Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Bandung: Alfabeta
- Syam, D dan Komariah, A. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Cetakan Pertama). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sutisna. (2001). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sernovitz, Andy 2006. Word Of Mouth Marketing-How Smart Companies Get People Talking. Chicago: Ibid

Smith, P R dan Taylor, Jonathan.2004. Marketing Communication: An Integrated Approach 4th Edition. London: Kogan Page.

Tjiptono, Fandy. 2011. Manajemen & Strategi Merek. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wrightstone, Jacob Wayne.1956, Evaluation in Modern Education. American Book Co.University Michigan

Skripsi:

Ananda Andreawan, Rizky. 2015. Analysis of EWOM (Electronic Word of Mouth) in Social Media KASKUS on Purchasing Intention Premium Player Items. (study on the game Line Lets Get rich). Skripsi Jurusan MBTI Internasional Universitas Telkom.

Agustian, Dinda Bella. (2016). Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. (Skripsi Sarjana). (Nomor 140305)

Erlita Devi, F 2016. Iklan Solidaritas Go-Jek Dalam Membangun Emotional Branding Pengguna Go-Jek (Studi Kasus Iklan Edisi Pak Kalori Pada Pengguna Go-jek Jakarta). Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Telkom.

Irfan Nurdin Salman. 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran pada Instagram @hijabstory_indonesia Dalam Mencapai Pangsa Pasar Millennials Muslim (Studi Deskriptif Penggunaan Dwi Sapta IMC Model). Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Telkom.

M Nisrina. 2015. Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang. Yogyakarta: Kobis.

Ratu Ayunda. 2018. Strategi Promosi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) E.Look dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Media Sosial Instagram. Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Telkom.

Tania Bangun, Bella. 2016. Pengaruh Advertising Terhadap Brand Awareness pada Zalora Indonesia. Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Telkom.

Jurnal:

Basarani, Sukrie. 2011. Electronic Word of Mouth: Managing Online Guest Reviews in Hospitality Industry. Swedia: Jurnal Internasional Universitas Sodertorns.

Chang, L. Y., dan Lee, Y. J. (2012). The Influence of E- Word Of Mouth on the Costumer's Purchase Decision: a case of Body Care Products. Journal Global Of Bussines Management. ISSN 1817-3819.

Utami, Dian Wahyu. (2016) Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (e-wom)* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Café Roti Gempol Dan Kopi Anjis Bandung. Telkom University

Eaton, John. 2006. e-Word-of-Mouth Marketing. Costum Module. Boston: Houghton Mifflin.

Eaton, Dr. John. 2015. E-Word of Mouth Marketing. Arizona: Jurnal Internasional UniversitasArizona (http://college.cengage.com/business/modules/eWOM_secure.pdf)

Ekawati, Mustika et.,al (2014). Jurnal Pengaruh electronic word of mouth terhadap pengetahuan konsumen serta dampaknya pada keputusan pembelian: survei 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.

M.K Cheung, Christy,. R. Thadani, Dimple. 2010. The Effectiveness of Electronic Word of Mouth Communication. Slovenia: Jurnal Internasional Bled 109 eConference. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.453.4915&rep=rep1&type=pdf>

- Rizky Ali Rachmalika, Brian. Kumadji, Srikandi., Mawardi, M.Kholid. 2016. Jurnal Analisis Faktor-Faktor Pembentukan Electronic Word of Mouth dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Hakata Ikkousha Jakarta. Malang: Jurnal Universitas Brawijaya.
- Reza Montazemi, Ali., Qahri Saremi, Hamed. 2015. The Effectiveness of Electronic Word of Mouth on Consumers' Perceptions of Adopting Products/Service. Canada: Jurnal Internasional Universitas McMaster.
- Umamy, Choirul., Kumadji, Srikandi., Yulianto, Edy. 2016. Jurnal Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Image Serta Dampaknya terhadap Minat Beli(Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 Pengguna Smartphone). Malang: Jurnal Universitas Brawijaya.

Internet:

- <http://apjiii.or.id/> diakses pada 9 Januari 2019 pukul 12.19 WIB.
- <http://bekraf.go.id/> _di akses pada 3 September 2018, 19.00 WIB.
- <http://www.bekraf.go.id/berita/page/17/retas-vol-7-juni-2018-bangkitnya-label-lokal> diakses pada 2 Mei 2019, 11.50 WIB
- <http://idtechnasia.com/> di akses pada 3 September 2018, 18.20 WIB.
- <http://maimaindonesia.id/> di akses pada September hingga April 2019.
- <http://instagram.com/maimaindonesia/> di akses pada September hingga April 2019.
- <http://www.infobdg.com/v2/bandung-kota-paris-van-java/> diakses pada 4 Mei 2019 pukul 10.06 WIB
- <http://www.republika.co.id/> di akses pada 7 Januari 2019
- <http://www.purelocalbrand.wixsite.com/> diakses pada 8 Januari 2019 pukul 12.12 WIB

LAMPIRAN

1. Dokumentasi Penelitian



Informan Utama, Winda Aurora

📍 Bukit Pakar Utara Dago Bandung
(17 Januari 2019)



Informan Utama, Syarifa Nisrinah

📍 Bukit Pakar Utara Dago Bandung
(17 Januari 2019)



Informan Ahli, Elke Alexandrina

📍 LSPR Sudirman Park Jakarta
(15 Februari 2019)



Informan Pendukung, Puti Mayarani

📍 D'Amerta Ciganitri Bandung
(10 Maret 2019)



Informan Pendukung, Ade Rafika

📍 Uncle K 23 Paskal Bandung
(12 Maret 2019)



Informan Pendukung, Rieka Kartikasari

📍 CGV BEC Bandung
(20 Maret 2019)



Informan Pendukung, Dewi Prima Suci

📍 Setra Dago Utara Antapani Bandung
(22 Maret 2019)