

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliasari, Ivana, V., & Thio, S. (2014). Electronic Word Of Mouth (eWOM) dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya. *Google Cendikia*, 2.
- Aprilianti, O., & Wibowo, S. (2019). Analisis Iklan Pada Media Sosial Instagram Dan Reputasi Merek Terhadap Minat Beli Pada Indihome Buah Batu Kota Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science* 5 (2).
- Arsyalan, A. G., & Ariyanti, D. M. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Bandung Di Shopee. *Open Library Telkom University*, 20-23.
- Bradana, M. W., & Wibowo, S. (2017). Pengaruh Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Indomaret Bandung Cabang Ciganitri. *eProceedings of Applied Science* 3 (2).
- Fajrin, F., & Wibowo, S. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Pada Pt Pikiran Rakyat Bandung Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science* 4(2).
- Hikmawan, A. (2020, Maret). Tentang Transvision.
- Indonesia, A. P. (2020, Maret). *Data Survei APJII*. Retrieved from <https://apjii.or.id/>
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Katadata, D. (2019, February 26). 10 Media Sosial yang sering digunakan tahun 2020. *databoks.katadata.co.id*.

- Kompasiana. (2019). *Pentingnya Sebuah Review Online Untuk Bisnis*. Kompasiana.com.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition: Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Edition: Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Lubis, N. C., & Ariyanti, D. M. (2019). Pengaruh Celebrity Endorsement, E-WOM, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Di Indonesia. *Open Library Telkom University*, 14-15.
- Mardikantoro, A., & Wibowo, S. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Pada Konsumen Tio Kingdom Sablon Di Bandung Tahun 2018). *eProceedings of Applied Science* 4(2).
- Nurpratomo, I., & Zuliestiana, D. A. (2019). Pengaruh Ewom (Electronic Word Of Mouth) Pada Akun Instagram Bandung Makuta Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Di Kota Bandung. *Open Library Telkom University*.
- Ramadhani, M. A., & Wibowo, S. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Melalui Social Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Vespa Piaggio Di Kota Bandung. *eProceedings of Applied Science* 2(3).
- Ritonga, S., & Wibowo, S. (2016). Pengaruh Iklan pada media sosial Twitter dan Televisi terhadap keputusan pembelian di Mataharimall. com Tahun 2016. *eProceedings of Applied Science* 2(2).
- Semuel, H., & Lianto, A. S. (2014). Analisis Ewom, Brand Image, Brand Trust Dan Minat Beli Produk Smartphone Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 8, No. 2, , 48*.
- Septiani, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Jeans Cabang Antasari Kota

- Samarinda. [http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/02/Jurnal%20Niar%20Baru%20\(02-05-18-05-48-04\).pdf](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/02/Jurnal%20Niar%20Baru%20(02-05-18-05-48-04).pdf), 5-13.
- Silaban, R. O., & Nugrahani², R. U. (2018). Pengaruh Ewom Dari Channel Beauty Vlogger Terhadap Brand Image Nature Republic Melalui Aloe Vera 92% Soothing Gel. *Open Library Telkom University*.
- Sitanggang, F. C., & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Warunk Upnormal Di Kota Bandung Tahun 2018). *Open Library Telkom University*.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syaban, A., & Karina, N. N. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Halaman. *Open Library Telkom University*.
- Syahputra, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Berbasis Digital Pada Media Sosial Facebook Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Produk Indihome Di Plaza Telkom Lembong Kota Bandung Tahun 2019). *eProceedings of Applied Science* 5(3).
- Transvision. (2013). *Profil Transvision*. (CT Corpora) Retrieved April 2020, from <https://www.transvision.co.id/>
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian: Populer & Praktis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. .

- Wijaya, T., & Paramita, L. (2014). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. *Google Cendikia*.
- Wulandari, I. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Eceran (Retailing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Omi King Mart Di Candi Sidoarjo. *UIN Sunan Ampel Surabaya*, 49-50.
- Yulianingsih, A., & Farah Oktafani, S. M. (2019). Pengaruh Brand Image Dan E-Service Quality Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Tiket.Com. *Jurnal Administrasi Bisnis*.