

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Armstrong, Kotler (2018), *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition*.
England : Pearson Education, Inc.
- Andreas M Kaplan, Michael Haenlein. (2011). *Two hearts in three-quarter time: How to waltz the social media/viral marketing dance*. Paris, France.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management -15/E*. Essex, England: Pearson Education.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Daftar Jurnal:

- Akram, M., Sampurno Wibowo, S. E., & Si, M. PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH MELALUI SOCIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI KASUS VESPA PIAGGIO DI KOTA BANDUNG.
- Mardikantoro, A. A., & Wibowo, S. (2018). Pengaruh Electronick 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).
- Ramadani, A. M. A., & Wibowo, S. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Piaggio Vespa Di Kota Bandung 2016). *eProceedings of Applied Science*, 2(3).
- Merlin, P. A. & Wibowo, S. (2015). Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus konsumen GO-JEK Jakarta dan Bandung).
- MERLIN, P. A. (2015). Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus konsumen GO-JEK Jakarta dan Bandung).
- 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).
- Bradadata, M. W., & Wibowo, S. (2017). Pengaruh Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Bandung Cabang Ciganitri. *eProceedings of Applied Science*, 3(2).
- Rakhmawati, A., Nizar, M., & Murtadlo, K. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *SKETSA BISNIS*, 6(1), 13-21.

Sari, Fungsiya, and Edriana Pangestuti. (2018). "Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-wom) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 54.1 189-196.

Effendie, P. M., & Suryanata, I. P. (2018). Viral Marketing, Karakteristik Konsumen, Karakteristik Produk, Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(1), 140-159.

Purba, R. S., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Telkom University Pada Tahun 2016). *eProceedings of Applied Science*, 2(2).

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). *eProceedings of Applied Science*, 4(2).

Maulana, E. A., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Kepuasan Pengunjung Pada Pelaksanaan Event Terhadap Minat Kunjungan Ulang (Studi Kasus Pt. Tunas Mobilindo Perkasa, Bandung) Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).

Internet/Website:

Instagram Disbudpar.bdg : www.instagram.com/disbudpar.bdg

We Are Social – www.wearesocial.com

www.kemenpar.go.id

<https://www.disbudpar.bandung.go.id/>

www.websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/www.globalwebindex.com

www.liputan6.com

www.cnnindonesia.com