

DAFTAR PUSTAKA

- ARSYALAN, A. G. (2019). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE OLEH MASYARAKAT BANDUNG*. Telkom University.
- Cahyono, F., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH (eWOM) DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten_shokudo). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 148–157.
- Dariyo Agoes. (2004). *Psikologi Perkembangan Remaja*.
- Dewi, C. (2017). *Survei: Instagram Adalah Medsos Terburuk untuk Kesehatan Mental*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/global/read/2986744/survei-instagram-adalah-medsos-terburuk-untuk-kesehatan-mental>
- G Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Gruen, T., Osmonbekov, T., & Czaplewski, A. (2006). eWOM: The impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty. *Journal of Business Research*, 59, 449–456.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.10.004>
- Hair, J. (2007). *Research Methods for Business*.
- Hariyanti, N., & Wirapraja, A. (2018). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR)*. 15, 133–146.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Buku Satu.
- Hertanto, E. (2017). *Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala*.
- Ibnuismail. (2020). *Word of Mouth Adalah Strategi Pemasaran Ampuh untuk Meningkatkan Penjualan*. Accurate.Id. <https://accurate.id/marketing-manajemen/word-of-mouth-adalah/#:~:text=Keuntungan paling utama dari>

adanya kegiatan word of, yang merasa ketika menggunakan suatu produk dari perusahaan.

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung Refika Aditama.

Jalilvand, M. R., & 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*, 30, 460–476.
<https://doi.org/10.1108/02634501211231946>

Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.

Kuncoro, E. . & R. (2013). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabeta.

Laksmi, A. A., & Oktafani, F. (2016). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS INSTAGRAM PADA WARUNG UPNORMAL. *Jurnal Computech & Bisnis*, 10(2), 78–88.
www.dailysocial.id

Liu, Y. (2006). Word-of-Mouth for Movies: Its Dynamics and Impact on Box Office Revenue. *Journal of Marketing*, 70. <https://doi.org/10.1509/jmkg.70.3.74>

Lugina, A., & Aziz, E. (2015). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Konsumen Roti Gempol*.

Mar'at. (1981). *Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya*.

Maulidi, W. S., & Pangestuti, E. (2019). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei Pada Wisata Muara Bengawan Solo, Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 71(1), 40–50. www.jurnalistravel.com,

Natakusumah, F. . (2015). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Suciningtyas, W. (2012). *Management Analysis Journal*. 1(2), 120–128.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*.
- Suharsaputra. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sujarweni, v. wiratna. (2015). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*. Pustaka Baru.
- Vardiansyah, D. (2008). *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.
- Widiarso, W. (2010). *Uji Linearitas Hubungan*.
- Winadi, J. S. (2017). *Hubungan Word of Mouth dengan Brand Awareness Teh Kotak*. 3. <https://media.neliti.com/media/publications/185778-ID-hubungan-word-of-mouth-dengan-brand-awar.pdf>
- WOMMA. (2014). *The State of Word of Mouth Marketing Survey*. <https://www.slideshare.net/WOMMACHicago/the-state-of-word-of-mouth-marketing-survey-2014#>
- Yunus, U. (2013). *Digital Branding Teori dan Praktik*.