

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Alma, Buchari. 2015. *Manajemen Pemasaran dan Komunikasi Promosi*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Ombak : Yogyakarta.
- Darmanto, dan Wardaya, Sri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gilson, C, dan Berkman, Harold W. 2014, *Advertising: Concepts and strategies*. Canada, Toronto: Random House, Inc.
- Hasibuan, Malayu S.P, 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi,. PT.Bumi Aksara Jakarta.
- Jawangga, Yan Hanif. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen*. Karanganom: Cempaka Putih.
- Jeong, E. e. 2014. *Restaurant experiences triggering positive electronic word mouth (eWOM) motivations*. Elsevier , 11.3.
- Kagermann, H., Lukas, W.D., & Wahlster, W. 2015. *Final report: Recommendations for implementing the strategic initiative Industrie 4.0*. Industrie 4.0 Working Group.
- Kotler, Philip dan Hermawan Kertajaya. 2016. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- _____. 2019. *Marketing 4.0: Bergerak Dari. Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 &2*. Jakarta: PT. Indeks.
- _____ dan Gary Armstrong. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, CharlesW., Hair J.F., & McDaniel Carl. 2014. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. 2015. *Pemasaran Jasa*. edisi 7. Erlangga: Jakarta.
- Hanafi, Mamduh M. 2014. *Manajemen, Edisi 1*. Yogyakarta: BPFE.
- Morissan. 2014. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit. Kencana.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Partogi, Joshua. 2015. *Manajemen Modern dengan Scrum*. Yogyakarta: Andi.
- Priansa, Donni Juni dan Somad, Rismi. 2014. *Manajemen. Supervisi dan Kepemimpinan*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, Dkk. 2014. "Pengaruh Budaya Organisasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan". Jurnal. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Schiffman dan Kanuk. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK.
- Shinta, Agustina. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Silalahi, Ulber. 2015. *Asas – Asas Manajemen Edisi Ketiga*. Bandung: Refika Aditama.
- Stanton J. William, 2014. *Prinsip Pemasaran, Penyadur Y. Lamarto, Edisi ke 7*, Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suprihanto, John. 2014. *Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Surakhmad, Winarno. 2015. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung : Tarsito.
- Tambunan, Tulus. 2017. *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono. 2014. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Umar, Husein . 2013. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama.

Utami, Cristina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi. Operasional Bisnis Ritel di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat.

Wheelen, Thomas L. & Hunger, J. David. 2014. *Strategic Management and Business Policy*, thirteenth edition, New York: Pearson.

Sumber Jurnal:

Edeline, Jessica dan Praptiningsih, Maria. 2022. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Pada Produk Something Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Di Media Sosial Instagram*. Jurnal AGORA, Vol. 10 No. 2.

Hariningsih dan Suyono.(2015).*Internet advertising sebagai media komunikasi pemasaran interaktif*.JBMA – Vol. I, No. 2, Februari 2013.ISSN : 2252-5483.

Kader, Mukhtar Abdul dan Setianingsih, Wiwin. 2018. *Penerapan Digital marketing Melalui Fans Page Untuk Menarget Pasar Sasaran Pada Usaha Mikro Di Desa Cicapar*. Jurnal Ekonologi Ilmu Manajemen, Vol 05, No. 01.

Kristina, Leo Erika. 2016. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) terhadap Purchase Intention dengan Vividness Sebagai variabel Mediasi pada Halodoc*. Journal of Interactive Marketing, Vol. 4 No. 2.

Kussudyarsana, K. 2016. *Persepsi Konsumen atas Merek Lokal dan Asing Pada. Kategori Produk Hedonik dan Utilitarian*. Benefit: Jurnal Manajemen dan. Bisnis, Vol. 1 No. 1.

Layly, Eky Amnda Yunaz Nur dan Rafida, Veni. 2023. *Pengaruh Iklan Online dan Electronic Word Of Mouth terhadap Minat Pembelian Tas di Deliwafa Store dengan Harga Sebagai variabel Moderasi pada Aplikasi Tiktok (Generasi Z di Kota Surabaya)*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol. 11 No. 3.

Manuarang, R. N., & Mawardi, M. K. 2018. *Pengaruh product. Knowledge terhadap purchase intention (Survei pada. Pengunjung Toko Buku UB Press Kota Malang*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 55(3), 41–47.

Muchtar, Muhammad. 2022. *Analisis Digital Advertising terhadap Purchase Intention melalui Brand Awareness Sebagai variabel Intervening*. Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis. Vol. 4 No. 4.

Prasetyo, A. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Tiket Online*. Kajian. Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha, 25(1).

- Residona, A. S. 2019. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Purchase Intention Produk Skincare dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengakses Akun Instagram @wardahbeauty di Kota Malang)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 2 No.1.
- Resmaya, Destalia Adi. 2023. *Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth (Ewom) Terhadap Purchase Intention Melalui Mediasi Brand Image Pada Pengikut Instagram Skincare Lokal Azarine*. Jurnal Manajemen dan Bsnis, Vol 4 No. 2.
- Salimun, S. 2019. *Pengaruh Brand Image dan Kualitas. Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Begal. (Bebek Galak)*. Prosiding Seminar Nasional HUMANIS, 2019.
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Dewi Kania, & Solihin, E. H. 2020. *Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan secara Digital*. Jurnal Sain Manajemen. Vol. 2 No.1.
- Tania, Ni Wayan Chandra. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada IIsproject Dan Little Mango Store Denpasar*. Jurnal EMAS, Vol. 3 No. 12.
- Thurau, Hennig-T. et al. 2014. *Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?* Journal of Interactive Marketing, 18(1), pp.38–52.
- Wahyuni, N. L.G, & Suparna, G. 2014. *Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Produk Tas Tiruan di Kota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana. Vol. 3, No. 4, hal 1- 22.
- Walter, H., Erk, S Novak., Hoffman, H., Traue, H.C. & Kessler, H. 2014. *Habitual emotion regulation strategies and depressive symptoms in healthy subjects predict fmri brain activation pattern related to major depression*. Psychiatry Research: Neuroimaging 83, 105–113.
- Wijaya, Tommi.. 2014. *Pengaruh Electronik Word of Mouth. (eWOM)terhc Keputusan Pembelian Kamera DSLR*. Jurnal Marketing. Vol. 4 No.2.