

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Ahmad, Ifan, Rachmawati Novaria dan Anom Maruto. *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Instagram terhadap Minat Pembelian dengan Studi Kasus pada Restoran Mie Akhirat Cabang Darmo Surabaya*. Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis Vol 3.No 1, 2017.
- Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV. Penerbit Diponegoro. 2005.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*, cet.VII. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- Chevalier dan Mayzlin. *The Effect of Word of Mouth on Sales Online Book Reviews*. *Journal of Marketing Research*, 2006.
- Durianto, Darmadi. *Strategi Menakhlukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- Ekotama, Suryono. *Trik Jitu Promosi Murah Meriah*. Yogyakarta: Cemerlang Publishing, 2009.
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Goyette. *e-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. *Canadian Journal of Administrative Science*, 27(1) pp. 5-23.
- Ghozali, Imam. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square PLS*. Semarang:Badan Penerbit UNDIP, 2006.
- Hamidun, Mohammad Alvin dan Brilyanes Sanawiri. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention*

*Melalui Brand Image (Studi Pada Followers Akun Instagram @ouvalresearch. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).Vol.61 No.2, 2018.=*

- Hamonangan, Daniel dan Sisdijatmo K. Widhaningrat. *Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Shampoo L'oreal di Carrefour Ambassador*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2014.
- Haruna, Rahmawati. *Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Memilih UIN Alauddin Makassar*.Jurnal Komodifikasi Vol. 5, 2017.
- Haryanto, Agus Tri. "130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif di Medsos" Maret 12, 2018. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>.
- Hasan, Ali. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS, 2013.
- . *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Hidayati, Tri Asihet al. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Penghuni Ma'had Sunan Ampel Al-Aly UIN Malang Tahun Angkatan 2012/2013 yang Mengkonsumsi Mie Instan Indomie)*.Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol.2 No.1, 2013.
- Hovland, *Communication and Persuasion*. New Haven: Yale University, 1953, dikutip dalam Onong Uchjana Effendy. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja, 2003.
- Indah, Kamila dan Agung Budiarmo. *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Scoopy dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen PT. Nusantara Sakti di Kota Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol.7, 2018.
- Jeong, Eunha dan Soo Cheong Jang. *Restaurant Experiences Triggering Positives Electronic Word Of Mouth Motivations*. International Journal of Hospitality Management, 2011.

- Juniantoko, Ardy Dwi dan Supriono. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Waroeng Latte dan The Cemiland di Kota Madiun*. Jurnal Administasi Bisnis (JAB) Vol. 53 No. 2, 2017.
- Kartono. *Analisa Elemen-Elemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Gramedia Utama, 2007.
- Kartajaya, Hermawan. *Hermawan Kartajaya on Marketing Mix*, Bandung: Mizan, 2006.
- Kolaka, Anglesti. *Pengaruh Viral Marketing terhadap Minat Beli Konsumen melalui Kepercayaan Konsumen pada Instagram @makanjember*. Jurnal of Business Strategy, Vol.8, 2015.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *ManajemenPemasaran, Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2007.
- . *ManajemenPemasaran*, Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke13. Jakarta: Erlangga, 2009.
- . *Marketing Management, 14th edition*. United State America: Pearson, 2012.
- Kurnia, Novi. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi*. MEDIATOR, Vol 6 No.2, 2015.
- Kusnandar, Viva Budy. "Pengguna Internet di Indonesia 2018" Mei 5, 2019.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/pengguna-internet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta>.
- Levy, Pierre. *Cyberculture*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001 dikutip dalam Mondry, *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Majid, Nurkholish. *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Minat Beli Smarthphone Samsung di Kota Malang*, Jurnal Ilmiah

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, 2016.

- Mowen, John C, dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi 5*. Alih Bahasa Oleh: Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Movanita, Ambaranie Nadia Kemala. “Kasus Kecurangan Produksi Beras PT Jatisari Segera Masuk Persidangan” Oktober 27, 2017.  
<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/nasional/read/2017/10/27/08181131/kasus-kecurangan-produksi-beras-pt-jatisari-segera-masuk-persidangan>.
- Muslimawati, Claudia, Sunarto, dan Dewi Kusuma Wardani. *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Air Minum dalam Kemasan Dengan Merek Aqua Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS*, Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi, Vol 3, No.2, 2016.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen*. Kudus: Nora Media Interprise, 2010.
- Octavianti, Meria. *Menumbuhkan Kesadaran Merek Pada Produk Melalui Media Sosial (Studi Kasus Optimalisasi Penggunaan Twitter Sebagai Upaya Menumbuhkan Kesadaran Merek Maicih Kripik Singkong Pedas Asli Kota Bandung)*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2, No.2, 2012.
- Peter, J Paul, dan Jerry C Olson. *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih bahasa, Sihombing, Damos.Jakarta: Erlangga, 2000.
- Prasetyo, Bambang, dan Lina Mifathul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)*. Jakarta: Raja GrafindoPersada, 2005.
- Purnomo, Terrius. *Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Niat Beli pada Konsumen Herbalife Surabaya*. AGORA Vol 6. No:1, 2018.
- Putra, Chandra Ananta, Johnny Tanamal, dan Rahmat Mubaraq. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada*

- DistroBattleroom Palu*. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako Vol. 1, No.3, 2015.
- Ramadhany, Suci. *Pengaruh Perluasan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Pepsodent Mouthwash)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, 2011.
- Roozy, Esmaael. *Effect Brand Equity On Consumer Purchase Intention*. Indian J.Sci Re.6 (1): 212-217, 2014.
- Safko, Lon *The Social Media Bible*. 3rd Edition, Canada: John Wiley & Son, 2012 dikutip dalam Gumgum, Gumilar. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung*. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol.5, No.2, 2015.
- Sarah, Tatsa Mariska Siti. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Café DU7IA Bandung*. e-Proceeding of Management: Vol.3, No.2, 2016.
- Setiawan, Rudy. *Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube)*. eJournal Ilmu Komunikasi, 2013.
- Sholihin, Mahfud, dan Dwi Ratmono. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Shimp, Therence A. *Periklanan Promosi. Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid II. Edisi ke-5*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, 1989.
- Sugiyono. *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sukardi, Dewa Ketut. *Bimbingan dan Konseling*. Jakarta: PT. Bima Aksara, 1998.
- Surmawan, Ujang, Achmad Fachrodi, dan Adman Nursal. *Pemasaran Strategik- Strategi Untuk Pertumbuhan Perusahaan dalam*

- Penciptaan Nilai bagi Pemegang Saham*, Ed Pertama. Jakarta: Inti Prima Promosindo, 2009.
- Susanto, A.B, dan Himawan Wijarnako. *Power Branding*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen, 2004.
- Tjiptono, Fandy. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: ANDI, 2005.
- Tharau, Thorsten Hennig, Kevin Gwinner, Gianfranco Walsh, dan Dwayne Glemre. *Electronic Word Of Mouth Via Consumer Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves On Internet?* Journal Of Interactive Marketing, Vol 18. Num 1, 2004.
- Tsitsi. *The Adoption of Social Media Marketing in South Africa Banks*. European Business Review, Vol.25:4, 2013.
- Umamy, Chairul, Srikandi Kumadji, dan Edy Yulianto. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang Angkatan 2015/2016 Pengguna Smartphone)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.33 No.1, 2016.
- Zulfikar, Alif Ryan. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Trust Pada Followers Instagram Dompok Dhuafa Cabang Yogyakarta*. Al-Idarah, Vol.1, No.2, 2017.
- “Pentingnya Brand Awareness Bagi Produk Anda” Marvon Media Utama. <http://marvons.com/news/read/20170314/16-pentingnya-brand-awareness-bagi-produk-anda>.
- “Merek Dalam Perspektif Islam” Pesantren Virtual. Maret 2, 2010. <https://www.pesantrenvirtual.com/merek-dalam-perspektif-fiqih/>.