

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Dameria, 2015. “Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita Almira Shop Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Followers”, *Jurnal Fisip*, Vol. 2 No. 2: 1-15.
- As’ad, H. Abu-Rumman & Alhadid, 2014. “The Impact Of Social Media Marketing On Brand Equity : An Empirical Study On Mobile Service Provider In Jordan”, *Society Of Interdisciplinary Business Research*, Vol.3(1) : 315-326.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tis Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Burhan H. M. Bungin. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi 2. Kencana Prenada Group:Jakarta.
- Caecilia, Pijoh Meilani, 2017. “Effect Of Maybelline Social Media Marketing (Facebook, Youtube, Instagram) On Consumer Purchase Decision (Case Study: Sam Ratulangi University Students)” *Jurnal EMBA*, Vol.5 No. 3: 3855-3864.
- Dachi R. Alyakin, 2017. “*Proses dan Analisis Kebijakan Kesehatan (Suatu Pendekatan Konseptual)*. CV. Budi Utama: Yogyakarta
- Dewi Nurmala, 2013. “Pengaruh Direct Mail Dan Telemarketing Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Raka Tours And Travel (Survey Terhadap Pengguna Paket Umrah Raka Tours And Travel)”, *Tourism and hospitality journal*, Vol.III, No.2: 1-16.
- Estheryna, Lidia, 2015. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Purchase Intention (Studi Kasus Pada Go-Jek Indonesia)”, *E-Proceeding of Management*. Vol.2, No.3: 1-7.
- Hidayat, Ismail, 2013. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Bukalapak.Com”, *e-Jurnal Riset Manajemen*, hal 64-77.
- Hidayat Wahyu Mochamad, “3 Media Sosial Favorit Pengguna Internet Indonesia”, <https://www.liputan6.com/tekno/read/2634027/3-media-sosial-favorit-pengguna-internet-indonesia>, diakses tanggal 14 Agustus 2018 jam 5:51.
- <http://umk.ac.id/profil-umk/visi-misi-umk>. diakses 29 Juli 2018 jam 16:39.

<https://bisnis.tempo.co/read/1041852/omzet-harbolnas-tembus-rp-4-t-pasar-riil-e-commerce-lebih-besar>. diakses tanggal 18 Mei 2018 jam 20.50.

Indirawati. 2015. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Refika Aditama.

Jayanti, Dwi Ratna, 2015. “Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang)”, *STIE PGRI Dewantara Jombang, Eksis* Vol. X, No. 1: 1-15.

Jazuli, Ahmad dan Sukirman, 2017. “Strategi Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Penerimaan Teknologi Informasi dan Pengelolaan Manajemen (Studi Kasus Pada Pengrajin Tenun Ikat Jepara)”. *Prosiding SNATIF Ke-4*.

Kotler, P & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management 15<sup>th</sup> Ed.* New Jersey: Person Education.

\_\_\_\_\_ & Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

\_\_\_\_\_, 2017, *Buku Pedoman Penyusunan Skripsi*, Kudus : FEB UMK.

Lambin, Jean-Jacques. 2007. *Market Driven Management : Supplementary Web Resource Material*. Palgrave Macmillan.

Massie, Kevin Samue, 2016. “The Effect Of Social Media, Direct Mail, And Electronic Word-Of-Mouth (E-Wom) On Consumer Purchase Decision At Zalora Fashion Online Store”, *Jurnal EMBA*, Vol.4, No.2: 714-725.

Mujiyana, 2012. “Pengaruh penerapan periklanan di internet dan pemasaran melalui e-mail produk umkm di wilayah depok”, *Jurnal J@TI Undip*. Vol VII, No.3:1-8.

Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.

Park, Do Hyung & Sara Kim, 2008. “ The Effects Of Consumer Knowledge On Massage Processing Of Electronic Word Of Mouth Via Online Consumer Review”, *Journal Elsavier*. 399-410.

Prayustika, Putu Adriani, 2016. “Kajian Literatur: Manakah Yang Lebih Efektif? Tradisional Word Of Mouth Atau Electronic Word Of Mouth”, *Jurnal Matrix*. Vol. 6, No. 3: 1-6.

- Qonita, Lutfiah, 2016. “Pengaruh Perilaku E-wom terhadap Online Purchase Intention Pada Produk Online Shop Khayna”, *E-Proceeding of management*, Vol.3 No.2: 1932-1939.
- Reza, Faisal, 2016. “Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.Co.Id”, *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol.4 No.1: 64-74.
- Sandra Moriarty, Nancy Mitchell, & William Wells. 2011. *Advertising*. Edisi kedelapan. Jakarta : Kencana Prenada Media Group. Hal. 564-567.
- Sari N., Saputra M., dan Husein J., 2017. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com”, *Jurnal Manajemen Magister*, Vol.03, No. 01: 1-11.
- Schiffman & Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Indeks. Company, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business*. Edisi 1 And 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sernovitz, Andy. 2012. *Word Of Mouth How Smart Companies Get People Talking*. Austin: Greenleaf Book Group Press.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Edisi 2. Ghalia Indonesia: Bogor
- United State Postal Service, “Still Relevant: A Look At How Millennials Respond To Direct Mail”, [http://catalogmailers.org/wp-content/uploads/2017/08/20170808-USPS still relevant a look at how millennials respond to direct mail .pdf](http://catalogmailers.org/wp-content/uploads/2017/08/20170808-USPS_still_relevant_a_look_at_how_millennials_respond_to_direct_mail.pdf). diakses 14 Agustus 2018 jam 08.30.
- Widyanto, Alfian, 2017. “Pengaruh E-Wom Di Instagram Terhadap Minat Berkunjung Dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Hawai Waterpark Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 45, No. 1: 1-8.
- Willy Kruh, “The Truth About Online Consumers 2017 Global Online Consumers Report”, <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/01/the-truth-about-online-consumers.pdf>. *KPMG* . Diakses tanggal 14 Agustus 2018 jam 11.36.
- [www.citizen6.liputan6.com](http://www.citizen6.liputan6.com) diakses 4 Juli 2018 jam 20.48.
- [www.antaraneews.com](http://www.antaraneews.com) diakses 6 Juli 2018 jam 21.45.