

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed.1. Yogyakarta: ANDI
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anshori, M., & Iswati, S. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya : Airlangga University Press.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swastha. 2012. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta. BPFEE
- Frendy. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Haryono, S. 2016. *METODE SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Jakarta : PT. Intermedia Personalia Utama.
- Imam Ghozali, H. L. (2015). *Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan Smart PLS 3.0 (Edisi 2)*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Kartajaya, H. (2010). *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kartajaya*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.

- Kotler, P. &. (2014). *Principle of Marketing*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyaningrum, J. U. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Willy Abdillah, J. H. (2015). *PLS - Alternatif Structural Equation Modelling (SEM)*. Yogyakarta: ANDI.

SUMBER JURNAL

- Cindy Arista Rusli, M. Rachman Mulyandi. 2019. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dan dimediasi oleh kepercayaan*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol. 01 No. 1.
- Elsa Srinita. 2019. *Pengaruh Media Marketing dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Electronic Word of Mouth (Studi Kasus Pada Konsumen Lamington yang Menggunakan Akun Social Media Instagram di Kota Pontianak)*. Jurnal Penelitian Ipteks Vol. 05 No. 1.

Fajar Permadi, Dr. Nanang Suryadi, SE., MM. 2018. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Kepercayaan (Studi pada Pengunjung Situs Tokopedia.com)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol. 05 No. 1.

Laksmi, Aditya Ayu. 2017. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal*. Jurnal Computech & Bisnis Vol. 11 No. 1.

Luthfiyatillah, Afifah Nur Millatina, Siti Mujahidah, dan Sri Herianingrum. 2020. *Efektivitas Media Instagram Dan E-WOM (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian*. Jurnal Penelitian Ipteks Vol. 05 No. 1.

Riski Rosdiana, Iyus Akhmad Harris, Kadek Rai Suwena. 2019. **Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online**. Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol. 11 No. 1

Wenny Kartika Susanto, Keni. 2019. *Pengaruh Social Network Marketing dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Pelanggan*. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 02 No. 6.