

## DAFTAR PUSTAKA

Azwar, S. 2012. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Danang, Sunyoto. 2012. Manajemen pemasaran. Yogyakarta: Buku Seru.

Fadhilah, Faris Dan Harsono Dwi Listyo. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Twitter Terhadap Purchase Intention. Jurnal e-Proceeding of Management Volume: 03 No:01 hal: 62-67.

Kotler, P. Bowen, J. T. Dan Makens, J. C. (2014). Marketing For Hospitality And Tourism. 5th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Mahardika, Mulia. (2019) Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth (EWOM) Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Pada Rumah Makan Alas Cobek Di Bandar Lampung, *Skripsi. Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis: Universitas Lampung.*

Mudrajad Kuncoro, (2013). "Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi" Edisi 4. Jakarta: Erlangga.

Nanim, Rey. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Internet Advertising Terhadap Pembelian Ulang. *Skripsi Program Sarjana Komputer.* Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

Putri, Agustin Maria. (2018) Pengaruh Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Bukit Rhema Magelang, *Skripsi Program Sarjana Manajemen.* Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Poernamawati, Eka, Diana. (2018). Analisis Dimensi Electronic Word Of Mouth Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Kunjungan Pada Obyek Wisata Di Malang Raya. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*. Vol 12 No: 2 hal 1.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*,

Wibosono, Dermawan. 2013. *Panduan Penyusunan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta, Penerbit Andi.

Yunitasari, Fitri. (2018). Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace, *Skripsi Program Sarjana Ekonomi Syariah*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.