



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aaker, David A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.
- Belch, George E., & Belch, M.A. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective: 6th Edition*. New York: McGraw – Hill.
- Belch, George E., & Belch, M.A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective: 8th Edition*. New York: McGraw – Hill.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Keller, Kevin L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity: 4th edition*. English: Pearson Education Inc.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.
- Nawawi, Hadari. (2012). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Ruslan, Rosady. (2013). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2007). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.

Jurnal:

- Adeliasari, Ivana.V., Thio, S. (2014). *eWOM dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya*. Vol.2, no.2.
- Anggitasari, Siti R., Hurriyati, R., Wibowo, L.A. (2017). *Pengaruh Ewom Terhadap Pengetahuan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Online*. Vol.6, no.1.

- Godey, Bruno, *et al.* (2016). *Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence on Brand Equity and Consumer Behavior*.
- Goyette, Isabelle, Line, R., & Bergeron, J. (2010). *E-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. Vol.27.
- Laksmi, Aditya.A., & Oktafani, F. (2016). *Pengaruh eWOM Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal*. Vol.10, no.2.
- Lkhaasuren, Mendbayar, Nam.K.D. (2018). *The Effect of EWOM on Purchase Intention on Korean Cosmetic Products in The Mongolian Market*. Vol.14, no.4.
- Lugina, Anggara, Azis, E. (2015). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Konsumen Roti Gempol*. Vol.2, no.3.
- Maulidi, Refi Agus, & Yuliati, A.L. (2017). *Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Minat Beli Apple iPhone*. Vol.1, no.1.
- Pradana, Thoriq.A.F., & Yuliana, E. (2015). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Jasa Reservasi Hotel Secara Online Pada Situs WWW.GOINDONESIA.COM*. Vol.2, no.3.
- Poetra, Reza.R., Christantyawati, N. (2017). *Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab*. Vol.1, no.1.
- Severi, Erfan, Ling, K.C., & Nasermoadeli, A. (2014). *The Impacts of e-WOM on Brand Equity in The Context of Social Media*. Vol.9, no.8.
- Shahid, Zarlish, Hussain, T., & Azafar, F. (2017). *The Impact of Brand Awareness on The Consumer Purchase Intention*. Vol.33.
- Tien, Duong Hanh, Rivas, A.A.A., & Liao, Y. K. (2018). *Examining The Influence of Customer to Customer Electronic Word of Mouth on Purchase Intention in Social Networking Sites*.
- Wicaksono, M.P.A., & Seminari, N. K. (2016). *Pengaruh Iklan dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka*. Vol.5, no.8.
- Yan, Xiangbin, Shah, A.M., Zhai, L., Khan, S., Shah, S. A. S. (2018). *Impact of Mobile eWOM on Consumers Purchase Intentions in The Fast Casual Restaurant Industry in Indonesia*.

Internet:

Cosseboom, L. (2014). *Kisah di balik kesuksesan website booking online Tiket.com*. Diakses pada 8 Juni 2019. <https://id.techinasia.com/natali-ardianto-bercerita-tentang-kisah-di-balik-kesuksesan-website-booking-online-tiket-com>.

Tekno.kompas.com. (2012). *Beli Tiket Apa Saja di Tiket.com*. Diakses pada 8 Juni 2019. <https://tekno.kompas.com/read/2012/05/03/2027181/beli.tiket.apa.saja.di.tiket.com>.

Tiket.com. (2019). Diakses pada 8 Juni 2019. <https://www.tiket.com/>

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA