

DAFTAR PUSTAKA

- Goyette, dkk. (2010), E-Wom : Word of Mouth Measurement Scale for E-Service Context, *Journal of Administrative Sciences*, Volume 27: 5-23.
- Hennig-Thurau, dkk . (2004). *Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: what motivates consumer to articulate themselves on the internet*. *Journal of interactive Marketing*, Vol 18/I/2004, 38-52
- Jalilvand, dkk. (2012) . *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand image and Purchase Intention: An empirical study in the automobile industry in Iran*. *Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 30 Iss:4
- Hasan, A. (2015). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Desa Wisata Nglanggeran Yogyakarta. Yogyakarta. <https://www.kratonjogja.id/cikal-bakal/detail>. Diakses pada 15 Oktober 2019 pukul 21.46 WIB
- <https://keraton.perpusnas.go.id/node/70#targetText=Sejarah%20Singkat%20Keraton%20Yogyakarta,sebuah%20pesanggarahan%20yang%20bernama%20Garjita wati>. Diakses pada 15 Oktober 2019 pukul 21.46 WIB
- <https://teknoia.com/data-pengguna-internet-dunia-ac03abc7476>. Diakses 17 April 2020
- Kotler, P. K dkk. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. (J. Purba, Ed., & B. Molan, Trans.) Jakarta: PT. Indeks.
- Malhotra. (2005). *Riset Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Natalia, P.A.S, (2008). Analisis Pengaruh Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Hotel Siliwangi Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang
- Oktavianto, Y. (2013) *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian: Konsumen Pada Usaha Mie Ayam Pak Agus Di Kota Batu*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol 3, No 01
- Purwanto, dkk. (2014). *Komunikasi Bisnis: Perspektif Konseptual dan Kultural*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rahayu, N. K.(2016). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Honda. Yogyakarta

- Sari, Viranti Mustika 2012. Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) di Social Media Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Restoran Holycowsteak). Jakarta : FISIP UI
- Schiffman, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. (R. M. MM, Ed., & D. Z. Kasip, Trans.) Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, N.J. 2003. Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta : Kencana.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Management, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi*. Alfabeta: Bandung Indonesia.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2012. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS.
- Suryani, Tatik .(2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet (1ed)*.Graha Ilmu: Yogyakarta
- Walgito, Bimo. 2010. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Andi Offset.
- Westbrook. (1987). Product/ Consumption Based Affective Responses and Post Purchase Processes. *Journal of Marketing Research*. 24-(3) 258-270