

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, R., dan Indriani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Merek dan Minat Beli pada Produk Kosmetik Wardah. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 908-921.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Charo, N. et al. (2015). 'Determining the impact of eWOM on brand image and purchase intention through adoption of online opinions', *International Journal of Humanities and Management Sciences*, 3(1), pp. 41-46. Available at: <http://www.isaet.org/images/extraimages/P115054.pdf>.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS, Badan*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Gozali, M. Y., dan Ruslim, T. S. (2012). EFEK E-WOM TERHADAP BRAND IMAGE DAN PURCHASE INTENTION (KASUS: INDUSTRI MOBIL" D"). *Karya Ilmiah Dosen*, 77.
- Green Generation Sumatera Selatan. (2018). Kilas tentang Green Generation. Diakses 21 Oktober 2020 dari <https://ggsumsel.wordpress.com/2018/07/07/sejarah-green-generation/>
- Green, S.B. (1991). *How Many Subjects Does It Take To Do a Regression Analysis? Multivariate Behavioral Research*, 26, 499-510.
- Hair, B. and Ortinau. (2003) *Marketing Research Within a Changing Information Environment*, Second Editions. New York: McGraw-Hill/Irwin,
- Hasan, M. Iqbal.(2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*.Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G. and Gremler, D. D.,(2004). *Electronic Wordof-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?*, Wiley Periodicals, Inc., 18, 38-52
- Samuel, H. dan Lianto, A.S. (2014). Analisis eWom, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone Di Surabaya, *Jurnal Pemasaran Vol. 8 No. 2 Oktober 2014*.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jilid I. (terjemahan). Alih Bahasa: Jaka Wasana. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K.(2009). *Manajemen Pemasaran 1*.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Keller, K. L. (2013) *Strategic Brand Management*. London: PearsonEducation.
- Malhotra, N.K.(2010). *Riset Pemasaran (Marketing Research) (Edisi 4 Jilid 1)*.New Jersey, Indonesia: PT. Indeks

- Maretama, A. R., Suharyono, S., dan Bafadhal, A. S. (2018). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN *BRAND SWITCHING* (Survei pada Mahasiswa Pengguna Operating System Android di Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 65(1), 129-137.
- Pradani, F. I. (2018). *Analisis Pengaruh e-WOM Instagram Terhadap Pembentukan Brand Attachment* (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).
- Pradipta, D.A.A. 2012. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT. Pertamina (Persero)Enduro 4T di Makassar. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.Universitas Hasanuddin. Makasar.
- Prasetyo, B., dan Lina Miftahul Jannah. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Pratnyawan, A. (2019, 19 Juni). Pengguna Instagram dan Facebook Indonesia Terbesar ke-4 di Dunia. *Suara.com*. Diakses 21 Oktober 2020 dari <https://www.suara.com/tekno/2019/06/19/133252/pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia?page=all>
- Santoso, S. (1999). *SPSS: Mengolah Data Statistik Secara Profesional Versi 7.5*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis..* Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Umamy, C., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap *Brand Image* Serta Dampaknya Pada Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang Angkatan 2015/2016 Pengguna Smartphone). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 33(1), 114-119.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengaruh Electronic Word Of Mouth Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image Pada Akun Organisasi Green Generation

BAYU AJI PAMUNGKAS, Dr. Agusta Ika Prihanti Nugraheni, SE., MBA

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>