

## DAFTAR PUSTAKA

- Anuraga, Wirawan & Sitohang, Sonang. 2015. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 4, No. 10, p. 7.
- Anggraini, Wiwi. 2017. Pengaruh Promosi melalui Iklan *Online* dan *Electronic Word of Mouth* di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Ayam Goreng Miami Chicken. *Skripsi*. Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Manajemen Penelitian Edisi Revisi*. Jakarta : Rineka.
- Asmaya, Fela. 2015. Penggunaan Media Sosial Facebook terhadap Perilaku Prosocial Remaja di Kenagarian Kota Bandung. *JOM FISIP*. Vol. 2, No.2, p. 2.
- Baktiono, R. Agus & Artaya, I Putu. 2016. Memilih Media Sosial sebagai Sarana Bisnis *Online* melalui Pendekatan Uji Categorical. *Jurnal Manajemen Kinerja*. Vol. 2, No. 2, p. 3.
- Bamba, F. & Barnes, S.J. 2007. SMS advertising, permission and the consumer: a study. *Business Process Management Journal*. Vol.13, No.6.
- Campbell, D. E., Wright, R. T. 2014. Shut Up: I Dont Care: Understanding The Role of Relevance and Interactivity on Customers Attitude Toward Repetitive Online Advertising. *Electronic Commerce Research*, 9 (1): hlm. 62-72 [diakses pada 26 Desember 2020].
- Fiani, Margareta, S & Japarianto, Edwin. 2012. Analisa Pengaruh *Food Quality* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, No. 1, p. 1-6.
- Fihartini, Yuniarti. 2015. Pengaruh Promosi dan *Electronic Word-of-Mouth* di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 11, No. 1, p. 1-15.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N. 2010. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Hanafi, Muhammad. 2016. Penggunaan Media Sosial Facebook terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa FISIP Universitas Riau. *JOM FISIP*. Vol. 3, No. 2, p. 5.
- Hartanto, Adi. 2015. Pengaruh *Perceive Value* dan *Brand Image* terhadap *Repurchase intention*. *Jurnal Riset Manajemen*. Vol 1, No. 2.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.

- Isa, Muzakar. 2016. Model Penguatan Kelembagaan Industri Kreatif Kuliner Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Daerah. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA 2016*, 352-361.
- Jogiyanto, H. 2010. *Analisis dan Desain*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Khoiro, Failatul; Rachma, N & Hufron, M. 2018. Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian dengan Viral Marketing sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Warung Siji House and Resto Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen*. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Unisma.
- Khoernnikmah, Iik dan Widarko, Agus. 2018. Pengaruh Pemasaran *Online* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Toko Sinar Muda Busa). *e-Jurnal Riset Manajemen*. Malang: Universitas Islam Malang.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Rudi. 2018. Pengaruh Iklan di Media Sosial terhadap Keputusan Peserta Didik dalam Memilih Kampus LP3I (Survey pada Mahasiswa Kampus LP3I Tasikmalaya, Karawang dan Cirebon). *Artikel Publikasi*. Bandung: Politkenik LP3I Bandung.
- Kusumasondjaja, S., Shanka, T., & Marchegiani, C. 2014. Credibility of online reviews and initial trust The roles of reviewer's identity and review valence. *Journal of Vacation Marketing*, 18(3), 185-195.
- Luthfia, Widha Emil. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Coffeshop Kofisyop tembalang. *Skripsi*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Nasrullah, Rulli. 2012. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara.
- Rahmadwita, Andina Puspa 2015. Analisis Proses Keputusan Berkunjung dan Evaluasi Kinerja Agrowisata Kampung Coklat Kabupaten Blitar Jawa Timur. *Tesis*. Bogor: Institut Pertanian Bogor University.
- Ronomenggolo, Sigit, 2013. Analisis Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Produk ROVCA). *Skripsi*. Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar.
- Saeroji, Amad, dan Wijaya, Deria Adi. 2017. Pemetaan Wisata Kuliner Khas Kota Surakarta. *Jurnal Pariwisata Terapan*, No. 1, Vol. 1.
- Sangadji, M & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertasi: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. 2013. *Consumer Behavior*. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Septian, Deddy. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Café Tong Susu Pekanbaru dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *JOM FISIP*. Vol. 3, No.1, p. 6.
- Setiaji, Bambang. 2006. *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Sigit, Soehandri. 2012. *Pemasaran Praktis (Practical Marketing)*. Cet. Ke-2. Yogyakarta: BPFE.
- Silaban, Cristjuliana dan Lubis, Evawani Elysa. 2019. Pengaruh Promosi Online Akun Media Sosial Instagram @bogardeliveryservice terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bogar Delivery Service. *JOM FISIP*. Vol. 6, No. 1.
- Singgih, Santoso. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Yogyakarta: CPNS.
- Suwandi, Dwi. 2012. *Citra Perusahaan*. Jakarta: Trans Media pustaka.
- Syahbani, M. Fariz & Widodo, Arry. 2017. Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media. *Jurnal Ecodemica*. Vol. 1, No. 1, p. 49-50.
- Tirtama, Hansel Bagus dan Tarigan, Riswan Efendi. 2016. The Effect of Social Media to the Brand Awareness of a Product of a Company. *International Journal of Communication & Information Technology (CommIT)*. Vol 10, No. 1, p. 9-14.
- Wajdi, M. Farid dan Isa, Muzakar 2014. Membangun Konsep Modal Manusia Yang Berperanan Dalam Kinerja Pemasaran Industri Kecil, *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Paper, Research Methods And Organizational Studies*, ISBN: 978-602-70429-1-9, Hlm. 452- 464.
- Wibowo, Arif Puguh P. 2015. Analisis pengaruh *internet marketing* terhadap Pembentukan *brand awareness* pada Perusahaan Grosir Pakaian OMR Group Solo. *Naskah Publikasi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta