

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, F.D., Kusumawati, A., dan Kumadji, S., 2016, “Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-of-Mouth (eWOM) dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten_shokudo)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. XXXVII 1, Agustus, hal. 148-157
- Evans, D., and McKee, J., 2010, *Social Media Marketing*, Wiley Publishing, Inc, Indianapolis
- Ghazali, I., 2016, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Pogram IBM SPSS 23*, Edisi 8, Universitas Diponegoro
- Goldsmith, R.E., and Horowitz, D., 2006, “Measuring motivations for online opinion seeking”, *Journal of Interactive Advertising*, Vol. XI 2, hal. 3-14
- Hasan, A., 2013, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, CAPS (Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta
- Hasan, A dan Setiyaningtiyas, N.W., 2015, “Pengaruh Electronic Word of Mouth Pada Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggran Gunungkidul”, *Jurnal Media Wisata*, Vol. XIII 1, Mei, hal. 224-238
- Kotler, P., dan Keller, K.P., 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Anonim, 3 Media Sosial Favorit Pengguna Internet Indonesia, <http://www.liputan6.com/tekn/read/2634027/3-media-sosial-favorit-pengguna-internet-indonesia>. Diakses 25 Desember 2016 pk 14.00 WIB.
- Anonim, Pengguna Instagram Capai 600 Juta Orang, <http://www.solopos.com/2016/12/16/media-sosial-terpopuler-pengguna-instagram-capai-600-juta-orang-776912>. Diakses Oktober 2017 pk 14.00 WIB.
- Anonim, Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta, <http://tekn.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>. Diakses 16 Desember 2016 pk 14.00 WIB.
- Anonim, Pesona Hutan Pinus Pukau Ribuan Wisatawan, http://krjogja.com/web/news/read/2355/Pesona_Hutan_Pinus_Pukau_Ribuan_Wisatawan. Diakses 25 Desember 2016 pk 20.00 WIB.

- Anonim, Sentuh 700 Juta Pengguna, Pertumbuhan Instagram Makin Cepat <https://tekno.tempo.co/read/869993/sentuh-700-juta-pengguna-pertumbuhan-instagram-makin-cepat>. Diakses 25 Oktober 2017 pk 20.00 WIB.
- Rachmalika, B.R.A., Kumadji, S., Mawardi, M.K., 2015, “Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-of-Mouth dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Hakata Ikkousha Jakarta”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. XXV 1, Agustus, hal. 1-10
- Rahmawati, A., Fajarwati., Fauziyah., 2015, *STATISTIKA Teori dan Praktek*, Edisi III, Program Studi Manajemen FE UMY, Yogyakarta
- Sekaran, U., 2006, *Research Methods for Business Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Salemba Empat, Jakarta
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, CV Alfabeta, Bandung
- Susilawati, H, 2017, “Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung di Sindu Kusuma Edupark”, *Jurnal Khasanah Ilmu*, Vol. VIII 2, September, hal 32-38
- Sutanza, B., dan Widiyanto, I., 2013, “Studi Tentang Brand Loyalty Kendaraan Niaga Di Semarang”, *Diponegoro Jurnal of Management*”, Vol. II 2, hal. 1-9
- Suwarduki, P.R., dkk., 2016, “Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. XXXVII 2, Agustus, hal. 1-10
- Thurau, T.H., et.al., 2004, “Electronic word-of-mouth via consumer opinion platform: what motives consumer to articulates themselves on the internet”, *Journal of Interactive Marketing*, Vol XVIII 1, page 38-52