

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, 2018. Grab Kian Bertenaga Lawan Gojek (Online).<https://mediaindonesia.com/read/detail/151513-grab-kian-bertenaga-lawan-gojek> . Diakses pada tanggal 6 Februari 2019.
- Agustina. 2016. Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Cafe Legend Malang). *Jurnal Manajemen, Vol 2, No 1*.
- Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraeni, P. dan P. N. Madiawati. 2016. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs www.traveloka.com. *e-Proceeding of Management : Vol.3, No.2 Agustus 2016 / Page 1880 ISSN : 2355-9357*.
- Angkiriwang, D. I., K. C. Susanto, dan S. Thio, Pengaruh Ulasan Online Di Trip Advisor Terhadap Minat Menginap Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. Vol 6, No 2 (2018)*
- Damayanti, E. dan I. Pamungkas. (2018). Konten Digital Marketing Melalui Instagram Warteg Hipster Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness. *Journal e-Proceeding of Management Vol.5, No.1. Hlm.1333-1340*.
- Dewi, R. Y., Yulianeu, A. T. Haryono dan E. Gagah. 2017. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.com). *Journal of Management Vol 3, No 3 (2017): Maret 2017*.
- Diamond, S. 2013. *The Visual Marketing Revolution*. USA: Pearson Education, Inc.
- Djarwanto, 2010. Pokok-pokok Analisa Laporan Keuangan, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Yogyakarta: BPF.
- Ferdinand. 2002. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitdiarini, N. 2015. Kepercayaan Pelanggan Untuk Melakukan Online Shopping Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Tahun XXVI, No. 3 Desember 2015*.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gujarati, D.N.,2012, *Dasar-dasar Ekonometrika, Terjemahan Mangunsong, R.C.*, Jakarta : Salemba Empat, buku 2, Edisi 5.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P. Dan G. Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta:Erlangga
- Mayfield, A. 2008. *What Is Sosial Media?.* London : ICrossing.
- McQuail, D. 2009. *Mass Communication Theory*. London : Stage Publication, Ltd
- McQuail, D. 2011.*Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta :SalembaHumanika.
- Mondry, 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Pudjihardjo, M. C dan H. Wijaya. 2015. Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran Di Media Sosial (Studi Pada Pengguna Media Sosial Di Shapeharve). *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa Vol 3, No 2 (2015)*.
- Puspitasari, K. 2018. Kontribusi Konten Post Instagram Dan Harga Kompetitif Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Akun Instagram Kd.Hijab Tulungagung. *Skripsi*. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung
- Putri, C.S. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 5, Desember 2016*.
- Ruben, Brent, D. dan Lea P. Stewart, 1998. *Communication and Human Behavior*. USA Viacom Company)
- Salma, A. N. 2017. Pengaruh Sponsorship Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Pada Sponsorship Garuda Indonesia Terhadap Liverpool Fc Sebagai Global Official Airline Partner). *INJECT: Interdisciplinary Journal of Communication Volume 2, No.1, Juni 2017: h. 1-26*.
- Sanjaya, R. dan J. Tarigan, 2009. *Creative Digital Marketing*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suparman, U. 2011. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran. Bogor. Ghalia Indonesia

- Supranoto, M. (2009). Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Tesis*. Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Susilowati, R.,E. Pangestuti DanA. S. Bafadhal. 2019. Pengaruh *Viral Marketing* Terhadap Kepercayaan KonsumenDan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian(Survei *Online* Pada Konsumen King Mango Yang Merupakan Followers Akun Instagram @kingmangosurabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*/Vol. 66 No. 1 Januari 2019.
- Swastha, B. Dan H. Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPF.
- Urban, G.L. 2004. *Digital Marketing Strategy: text and cases*. Pearson Education.