

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, E. (2014). *Metodelogi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- D Siagian., S. (2000). *Metode Statistika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D. S. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchajana. (2010) *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, A. (2009). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Irawan, H. (2009). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ismail, F. (Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial). 2018. Jakarta: Prenadamedia.
- Jaya, I. M. (2020). *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Juni, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Juni, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Kotler, d. K. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Liliwari, A. (2011). *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Mahsun, Mohammad. (2010). *Pengukuran Kinerja Sektor Publik: Cetakan Kedua*. Yogyakarta:Liberty
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Nurhalimah, S. (2019). *Media Sosial Dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Nuryadi. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Gramasurya.
- Pandji Anoraga. (2011). *Pengantar Bisnis Pengelola Dalam Era-Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Oktarina, Y. d. (2017). *Komunikasi Dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Peter J Paul., O. (2018). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi ke-4*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saifuddin, A. (2016). *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Santoso, S. (2012). *Statistik Mulvariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. &. (Statistik Terapan: Aplikasi Untuk Riset Skripsi dan Disertasi (menggunakan SPSS, AMOS dan Excel)). 2012. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Septiana, A. (2017). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Kreatif*. Surabaya: Duta Media Publishing.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi Cet 1*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Suryabrata, S. (2004). *Metode Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Yasir. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Riau.

Zachrias, d. (2019). *Metode Penelitian Sosial Teori dan Aplikasi*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.

Referensi Jurnal dan Skripsi

Adriyati, Rosmaya. 2020. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Merek dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Hendriyani, Mita. 2021. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Melalui Akun Instagram @Marasoe.id Terhadap Sikap Konsumen*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Desain Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.

Ali Kazemi et al., (2013). “*Analyzing the Effect of Customer Equity on Repurchase Intentions*”. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 3, No. 6 ISSN: 2222-6990.

Javadi, M. M. 2012. *An Analysis of Factors Affecting on Online Shopping Behavior of Consumers*. *Internasional Journal of Marketing Studies*, Hal. 81-82.

Laksmi, Aditya Ayu. 2016. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal*. Program Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Telkom.

Liu, X. et al. 2017. *Rapid determination of the crude starch content of Coix seed and comparing the pasting and textural properties of the starches*. *Starch - Stärke*, 69(1–2), p.1600115. Available at:
<http://doi.wiley.com/10.1002/star.201600115>.

Sari, Novita. 2017. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung.

Selfi, Budi Helpiastuti. 2016. *Media Sosial dan Perempuan*. FISIP Universitas Jember.

Yuwono. 2008. *Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Tumbuhnya Minat Berwirausaha Jurnal Penelitian Humaniora, Vol. 9 No. 2.* Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Rujukan Elektronik

Bolu Susu Lembang. 2022. <https://bolulembang.co.id/about-us/our-stores/>. Diakses pada tanggal 17 Januari 2022. Pukul 23.22 WIB

Data Reportal. 2022. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2022. Pukul 15.30 WIB

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. https://disbudpar.bandung.go.id/c_home/kuliner/ Diakses pada tanggal 18 Januari 2022. Pukul 10.23 WIB

S.E.O Anak Solehah. 2022. <https://seoanaksholeh.com/marketing/pemasaran-melalui-media-sosial>. Diakses pada tanggal 28 Februari 2022. Pukul 11.30 WIB

Zia, 2017. <https://www.ruangbacadantulis.com/2017/12/bolu-susu-lembang-oleh-oleh-khas-Bandung.html>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2022. Pukul 22.00 WIB