

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Abdurrahmat, Fathoni. (2006). *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ali Hasan. (2010). *Marketing Dari Mulut Ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Alma, B. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ardianto, Elvinaro, dkk. (2009). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar: Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifi, Ali. (2005). *Viral Marketing On Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Chourmain, I. (2008). *Normatif Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: Al-Haramain Publishing House.
- Bambang Prasetyo, L. M. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. (2002). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya bakti.
- (2009). *Komunikasi teori dan praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Juli Ratnawati dan Retno I., H. (2015). *Dasar-Dasar Perpajakan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Kamaludin, R. (2003). *Ekonomi Transportasi (karakteristik, teori, dan kebijakan)*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kasiram, M.(2008). *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Nawas A., Jolita V., Ahmed, R. R. (2014). *Impact of Word of Mouth on Consumer Buying Decision*. Pakistan: Indus University.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Gafindo Persada.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen, Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia,
- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana.
- Silverman, G. (2011). *The Secret of Word-of-mouh Marketing*. New York: American Management Assosication.
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- (2018). *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tamin, O.Z. (1999). *Perencanaan dan Pemodelan Transportasi*. Edisi II. Bandung: Penerbit ITB
- Utomo, H. S.(2010). *Manajemen Transportasi*. Malang: Pascasarjana Universitas Brawijaya.
- Wijaya, A. (2016). *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*. Jakarta: Sinar Grafika.

Sumber skripsi

- Aulina, Refila. (2018). Pengaruh Teknologi Acceptance Model (TAM) pada Intention to Use Internet Banking Perbankan Syariah dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening Studi PADA Mahasiswa Pelaku Usaha DI Kota Malang, Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Safitri, Anisa A. (2016). *Pengaruh Electronic-Word-Of-Mouth (EWOM) pada Restoran “Lokal” di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen*, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Sari, Viranti M.(2012). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) di Social Media Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Restoran Holycowsteak)*, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

Santoso, Amanda Putri. “*Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita*”, Skripsi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Sumber jurnal

Ahmed, R. R., Veinhardt, Jolita., dan Ahmad, N. (2014). *Impact Of Word Of Mouth On Consumer Buying Decision. Department of Business Administration & Commerce Indus University*.European Journal of Business and Management.Vol.631), pp 394 – 403.

Amaliah, Saladin G., Maryono. (2018). *Efektivitas Komunikasi Elektronik Word of Mouth Terhadap Produk Jilbab*. ULM Banjarmasin, vol. 7 no.2

Davis, F.D. (1989) *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, MIS Quarterly*. Published by Management Information System Research Center. University of Minnesota, Vol. 13, No. 3, pp. 319-340.

Humaira, Wibowo. (2016). *Analisis Faktor Elektronik Word of Mouth(EWOM) dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung. Tourism and Hospitality Essentials (THE)*, vol.6 no.2, 1049-1060.

Jalilvand, M.R. & Samiei, N. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*, Marketing Intelligence & Planning, Vol.30 No.4, pp.460- 476.

Pratama, G. Y., (2016). *Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Jurnal Masalah Hukum , 5 (3).

Sari, Fungsiya, Edrina P. (2018). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-wom) terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Coban Rais BKPH)*. Universitas Brawijaya, Malang. Vol.52 no.1

Sumber internet

Cahyono, Firman D., Andriani K., Srikandi K., *Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth (Ewom) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei Pada Followers Akun Instagram @Saboten_Shokudo)*, (Online), <https://media.neliti.com/media/publications/87168-ID-none.pdf> (Diakses pada 19 Januari 2020)

Lee & Wan. (2010). Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust Ability, Familiarity, Subjective Norm, Intention to Use E-ticketing. Diakses melalui <http://www.arraydev.com/commerce/jibc>.

Loanata T., Tileng K.G. (2016). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus pada situs e-commerce traveloka). <https://journal.uc.ac.id/index.php/JUISI/article/view/117> (Diakses pada 20 Juni 2020)

Kusumah, Wijaya. (2009). *Pengertian Media Pembelajaran*. <http://mediagrafika.com/pengertian-media-pembelajaran> (Diakses 16 Februari 2020).

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.196.2229> (Diakses pada tanggal 22 Oktober 2019)

<http://yogyakarta.panduanwisata.id/transportasi/andong-kereta-kuda-yang-merakyat/> (Diakses 22 oktober 2019)

<https://luluskerja.com/sejarah-pendiri-call-center-grab/> (Diakses 22 oktober 2019)

<https://travel.detik.com/travel-news/d-4678865/grabandong-diluncurkan-di-yogya-naik-andong-jadi-makin-seru> (Diakses 22 Oktober 2019)

<https://www.liputan6.com/teknologi/read/3289198/go-jek-grab-dan-uber-orang-indonesia-paling-sering-pakai-apa> (Diakses 22 Oktober 2019)

<https://www.netralnews.com/news/singkapsejarah/read/97615/inilah-sejarah-berdirinya-twitter-yang-fenomenal-di-dunia> (Diakses 16 Februari 2020)

<https://selular.id/2019/09/riset-kalahkan-gojek-grab-pimpin-pasar-indonesia/> (Diakses 20 Juni 2020)

<https://bbs.binus.ac.id/management/2017/09/peran-e-wom-electronic-word-of-mouth-dalam-media-sosial-di-indonesia-2/> (Diakses 20 Juni 2020)