

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rasyid, R., Moniharapon, S., & Trang, I. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media, Kualitas Layanan Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang.
- Ahmad Setiadi. (2015). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal. Amik Bsi Karawang*.
- Andy, Sernovitz. (2010). *Word Of Mouth Marketing : How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York : Kaplan Publishing.
- Assauri, S., (2015). Manajemen Pemasaran, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
Azka, Rinaldi Muhammad. "Imbas Corona, Operator Bus Pariwisata Mati Suri." *Ekonomi*, 15 August 2020,
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200815/98/1279689/Imbas-Corona-Operator-Bus-Pariwisata-Mati-Suri>. Accessed 8 August 2022.
- Babin, Barry, 2015. *Modelling Consumer Satisfaction And Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea, The Journal Of Service Marketing*.
- Effendy, M. L., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warung Kopi Cak Kebo. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(2), 107-116.
- Kennedy, John E. R Dermawan Soemanagara. *Marketing Communication-Taktik Dan Strategi* (Jakarta: Pt Buana Ilmu Populer 2006)
- Kietzmann, J. H. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Block Of Social Media. *Business Horizon*, 241-251.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi Ke 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

- Kotler, P. & G. Amstrong. 2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller. *Marketing Management 15e*. Boston: Pearson Education.
- Kotler, Philip Dan Amstrong, Gary (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.
- M Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ningsih, D. N., Hidayat, C. W., & Rusno, R. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Dan Social Media Terhadap Minat Beli Garskin Yang Dimediasi Word Of Mouth. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1).
- Paquett, Holly. (2013). *Social Media As A Marketing Tool: A Literature Review, Major Papers By Master Of Science Students, Paper 2*.
- Priansa, D.J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung : Pustaka Setia
- Rusman Latief. (2018). *Word Of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya. Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Setiawan, Iwan Dan Yosanova Savitry. (2016). "New Content Marketing" Gaya Baru Pemasaran Era Digital. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta, Cv.
- Suryati, L. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Di Café 38 Coffee Lab Yang Di Mediasi Electronic Word Of Mouth Marketing.
- Sutisna, (2012). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi Kedua. Bandung.
- Swastha, Basu & Hani Handoko. (2004). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Bpfe.

- Terence A. (2003). *Advertising Promotion And Supplemental Aspect Of Integrated Marketing Communications*. Carolina. Penerbit Erlangga.
- Husein Umar, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005)
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Universitas Pembangunan Veteran Jawa Timur, And Abdullah Kafabih. "Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan." *Sektor Pariwisata Indonesia Di Tengah Pandemi Covid 19*, 2021, Pp. 8-14.
- Walid. (2018). Penggunaan Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Platbm1912 Di Kota Pekanbaru. *Jom Fisip* Vol. 5: Edisi 1 Januari – Juni 2018.