

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1*, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Fandy Tjiptono, 2005, *Pemasaran Jasa*, Malang, Bayu Media Publising.
- Ilham, Prisgunanto. 2006. *Komunikasi Pemasaran, Strategi, dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga
- Freddy Rangkuti. 2004. *The Power of Brand*. PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: ANDI.

PENELITIAN TERDAHULU:

Aditya Ayu Laksmi, dan Farah Oktafani. 2016. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal*. Universitas Telkom, Bandung.

Erfan Severi, Kwek Choon Lin, dan Amir Nasermoadeli, 2014. *The Impacts of Electronic Word of Mouth on Brand Equity in the Context of Social Media*. UCSI University.

Fayrene, C dan G C Lee. 2011. *Customer-Based Brand Equity : A Literature Review*. Researchers world Journal of Arts Science & Commerce Vol II. Malaysia.

Fitri Annisa, 2016. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Richeese Factory)*. Universitas Brawijaya, Malang.

Fitri Wulandari, 2017. Hubungan Komunikator dalam *Electronic Word of Mouth* dengan Keputusan Pembelian *Followers Akun Instagram Kulienerpku* Universitas Riau.

Goyette, I., et.,al. 2010. *E-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. Canadian Journal of Administration Sciences.

Hennig-Thurau, T et.,al. 2004. *Electronic Word of Mouth via Consumer Opinion Platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet*. Journal of Interactive Marketing.

Mohammad Pambud Ary Wicaksono, dan Ni Ketut Simenari. 2016. *Pengaruh Ilkan dan Word of Mouth terhadap Brand Awareness Traveloka*. Universitas Telkom, Bandung.

Nielsen. 2014. *Snack Attack What Consumers Are Reaching For Around The World*. The Nielsen Company.

WEBSITES:

(<https://bisnis.tempo.co/read/894605/45-juta-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia> diakses pada hari Kamis 8 Maret 2018, Pukul 12:53)

(<https://digitalentrepreneur.id/data-statistik-instagram/>, diakses pada Kamis 23 Agustus, pukul 14.41)

(https://www.instagram.com/ngehe_id/, diakses pada Kamis 23 Agustus 2018, pada Pukul 11.00)

(<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilah-perkembangan-digital-indonesia-tahun-2018>, diakses pada Kamis 23 Agustus 2018, Pukul 9.25)

(<https://www.merdeka.com/khas/karena-orang-indonesia-suka-makanan-pedas-kuliner-pedas.html> diakses pada har Minggu 22 November 2017 pukul 21.15)

(<https://www.scribd.com/doc/195027473/Makalah-Instagram> diakses pada hari Selasa 13 November 2017 pukul 23.55)

(<https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&q=makaroni%20ngehe,keripik%20maicih,makaroni%20ngene> diakses pada 20 Januari 2018 Pukul 14.53)