

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjaskara, Dian Innes. 2016. Pengaruh Sikap Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui *Instagram*. Skripsi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi: UMY
- Davis, F. D. (1989). *User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models User Acceptance Of Computer Technology : A Comparison Of Two*. (September 2016). <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Davis, F. D., & Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology*. (September). <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fatimah, Ronny M.M, & B. W. (2017). *Pengaruh Good Corporate Govence Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening*. *E-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*, 51–69.
- Fihartini, Yuniarti (2015). *Analisis Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Personality Terhadap Brand Equity Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online*, 509–531.
- Ghozali, Imam, 2005, *Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang;
- John T. Bowen & Shiang Lih Chen. (2001). *The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(5), 213–217.
- Kusumaningrum, Dian. 2009. Persepsi Wisatawan Nusantara terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang. Tesis PS Magister Kajian Pariwisata : Universitas Gadjah Mada.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Prasetio Ari, (2012), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*, *Manajemen Analysis Journal*. Manajemen Fakultas Ekonomi UNNES.
- Phengkarsa, A., Kwanda, T., & Wahjudi, D. (2017). *Analisa pengaruh budaya dan sosial terhadap niat konsumen dalam pembelian rumah pada perumahan mewah di makassar*. 4(1), 40–47. <https://doi.org/10.9744/DUTS.4.1.40-47>

- Purnawirawan, N., Pelsmacker, P. De, & Dens, N. (2012). *Balance and Sequence in Online Reviews: How Perceived Usefulness Affects Attitudes and Intentions*. *Journal of Interactive Marketing*, 26(4), 244–255. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2012.04.002>
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Ramadhan, Abdurrahman Hikmah; Suharyono; Kumadji, Srikandi . 2015. *Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 28 No. 1 November 2015.
- Rutoto, Sabar. (2007). *Pengantar Metodologi Penelitian*. FKIP: Universitas Muria Kudus.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*, Bandung: Alfabeta.
- Syawal Asri & Febsri Susanti. (n.d.). *Faktor Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Pada E-Commerce Lazada*.
- Strauss, E., Strauß, E., & Zecher, C. (2014). *Management control systems: a review*. (July). <https://doi.org/10.1007/s00187-012-0158-7>
- Wardiyanta. 2010. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta : Andi
- Winarno, M. E. (2018). *Buku Metodologi Penelitian*. (January).
- Widjoyo, S., Hatane, P., Brahmana, R. K. M. R., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). *Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen restoran happy garden surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Yang, F. X. (2013). *Effects of Restaurant Satisfaction and Knowledge Sharing Motivation on e-WOM Intentions: The Moderating Role of Technology Acceptance Factors*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. <https://doi.org/10.1177/1096348013515918>
- Xhema, J., Metin, H., & Groumpos, P. (2018). *Switching-Costs, Corporate Image and Product Quality effect on Customer Loyalty: Kosovo Retail Market*. *IFAC-PapersOnLine*, 51(30), 287–292. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2018.11.303>