

Daftar Pustaka

- [Alfina, Rea. Pengaruh Komunikasi *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Koultoura *Coffee Shop*. 2014. Tangerang: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.](#)
- Dewi, Liliana dan Magdalena, Felicia. Pengaruh Personal Selling Dan *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Bisnis Mahasiswa Universitas Ciputra. *Eksekutif Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. 2017, 14, (2).
- Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang. 2018.
- Ghozali, Imam. Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Akuntansi, Bisnis dan Ilmu Sosial. Yoga pratama. 2016.
- <https://nextren.grid.id/Read/0124363/Inilah-Tren-E-Commerce,%202018> (Diakses pada tanggal 20 September 2018)
- Kama, Inilah Tren E-Commerce 2018 di Indonesia, Menurut Toko Online.2018. Ini <https://nextren.grid.id/read/0124363/inilah-tren-e-commerce-2018-di-indonesia-menurut-toko-online-ini?page=all> (Diakses pada tanggal 20 September 2018)
- [Karimmudin, Amir. Traveloka Jadi Situs Pemesanan Kamar Hotel dan Tiket Pesawat Terpopuler Menurut Survei Nusaresearch. 2015. <https://dailysocial.id/post/traveloka-populer-survei-nusaresearch>](#) (Diakses pada tanggal 20 September 2018)
- [Permana, Panji. Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan Dan *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Awareness*, Dan Nilai Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Hand And Body Lotion Marina. 2015. Semarang: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.](#)
- Prasetya, Agung Renanda. Pengaruh *Word Of Mouth* Dan *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Awareness Top Coffe*. 2017. Jawa Timur: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.
- Pratita *et al.* Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan di Kober Bar Malang. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*. 2018, 3, (4), hal 497-593.
- [Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. 2017.](#)
- Sumanto. Statistika Terapan. CAPS. 2014.

Wicaksono, Mohammad Pmbudi Ary dan Seminari, Ni Ketut. Pengaruh Iklan Dan *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Traveloka. E-Jurnal Manajemen Unud. 2016, 5,(8).