

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, N. dan M. 2009. (2009). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran. Cetakan ke 2*. UIN-Malang Press.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Azhar, r. (2018). Pengaruh Iklan, Electronic word of mouth (ewom), Citra Merek dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo (*Studi Kasus pada Pengguna Smartphone Oppo di Wilayah Ciputat Tangerang Selatan*). (Doctoral dissertation, universitas islam negeri syarif hidayatullah jakarta).
- Buchari, A. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Edisi Revi). Alfabeta.
- Dataponorogo.go.id."Jumlah Penduduk WNI Menurut Jenis Kelamin, Kelompok Umur dan Kecamatan Tahun 2020".<https://data.ponorogo.go.id/instansi/Dispendukcapil>. Diakses pada 9 April 2022.
- DosenEkonomi.com " Teori Perilaku Konsumen – Pendekatan, Macam-macam dan Prinsipnya" <https://dosenekonomi.com/ilmu-ekonomi/teori-perilaku-konsumen> diakses pada 17 Juni 2022
- Dwiastuti, Rini, dkk. (2012). *ilmu perilaku konsumen*. Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Durianto dan Liana S. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar; Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. (Edisi 9). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gramedia.com"Pengertian Generasi Milenial Dan Tahun Berapa Generasi Milenial"
<https://www.gramedia.com/best-seller/milenial/> diakses pada 10 April 2022

- Indika, Deru R and Jovita, Cindy. (2017). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen, 1, 2580-4928.
- Jalilvand, M,R.(2012). "The Effect of Electronic Word-Of-Mouth on Brand Image and Purchase Intention". Journals Of Marketing Intelegence An Planning. Vol.30,Iss:4, hal.5-5
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Andi dan Offset (eds.); Edisi Revi).
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 15). Erlangga.
- Kotler, P., dan keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 j).
- Kotler, P., dan keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed). Person Education.
- Lestari, E. D., dan Gunawan, C. (2021). *Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli*. jurnal ekonomi, manajemen, bisnis, dan sosial (embiss), 1(2), 75-82.
- Lupiyadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi ke-3). Salemba Empat.
- Mauludiyah, Y. (2020). *pengaruh sikap dan norma subjektif generasi milenial terhadap minat beli secara online pada e-commerce* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Macharim, Z (2021). *Pengaruh Electronic Wor Of Mouth Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan merek Sebagai Variabel inervening (Studi Soto Seger Boyolali Hj.Fatimah)* (Universitas Muhammadiyah Srakarta)
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. London dan NewYork. Ginko Press.
- Pertiwi, W. K. (2020, Februari 20). Teknologi: *Penetrasi Internet di Indonesia Capai 64 Persen*. <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/20/14090017/penetrasi-internet-diindonesia-capai-64-persen>

- Pramono, AG.Suyono, S. S. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa* (Intidayu P).
- Putri, A. A. K. S. (2018). Analisis pengaruh sikap generasi milineal terhadap minat beli online pada situs jejaring sosial (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).
- Raheni, C. (2018). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa*. Jurnal Sinar Manajemen, 5(2), 82-85.
- Santoso, S. (2013). *No Title Stasistika Ekonomi plus Aplikasi SPSS*. Umpo Press.
- Sakti, Triwibawa, B. (2021). *Pengaruh E-Wom, Efek komunitas dan Faktor Psikologis terhadap minat beli ikan cupang di Ponorogo* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Sepeda.com "Jenis dan harga sepeda gunung terbaru (2021)" <https://www.sepeda.me/review-dan-harga/jenis-dan-harga-sepeda-gunung.html> diakses pada 17 Juni 2022
- Setiawati, M., dan Aida, W. (2017). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian*. Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi, 2(2).
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sofyan. (2020). Jurnal ekonomi, manajemen, bisnis dan sosial. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial Available*, 1(46), 34–39.
- Tengku, M. (2020). *Bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*. CV Media Sains Indonesi.
- Lestari, E. D., dan Gunawan, C. (2021). *Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli*. jurnal ekonomi, manajemen, bisnis, dan sosial (embiss), 1(2), 75-82.
- Zulhazmi, Z. (2018) "Lebih Dekat dengan Generasi Milenial Muslim". <https://islami.co/lebih-dekat-dengan-generasi-milenial-muslim/>. Diakses pada 9 april 2022.

