DAFTAR PUSTAKA

Andriyanto, R. D., dan Haryanto, J. O. (2010). Analisis Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness untuk Memunculkan Intention to Buy, 9(1).

Baharudin, I. (2014) Efektivitas Penggunaan Media Video Tutorial Sebagai Pendukung Pembelajaran Matematika Terhadap Minat dan Hasil Belajar Peserta Didik SMA Negeri 1 Bajo Kabupaten Luwu Sulawesi Selatan. 2(2).

Hamalik, Oemar. 2003. Proses Belajar Mengajar. Motivasi. Bandung: Bumi Aksara

Harianto, A., dan IRIANI, S, S. (2014). Pengaruh Kelompok Acuan dan *Internet Marketing* terhadap keputusan pembelian, 2(1).

I'in Endang Mardiani 1, Orland Jorge Imanuel. (2013) Anallisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online (E-Marketing). 4(2).

Pddikti. 2016. Data Perguruan Tinggi Swasta 2016. http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/#, diakses tanggal 7 maret 2017.

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabetha.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2012) Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014) Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sumardy. 2011. *The Power Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia.

Sumarni, Saptaningsih, 2008, "Fenomena *Word of Mouth Marketing* dalam Mempengaruhi Keputusan Konsumen" ,http://www.upy.ac.id/site/index.php?pilih=news&mod=yes&aksi=lihat&id=9, diakses tanggal 24 maret 2017.

Supriyati Endang, Iqbal Mochammad, (2013). "Faktor Adopsi *Internet Marketing* untuk usaha mikro dan usaha kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Kudus dengan SEM (*Structural Equation Model*) dan Framework 4.1

Syah, Muhibbin. 2011. Psikologi pendidikan dengan pendekatan baru. Bandung: Remaja Rosdakarya

Tjiptono, Fandy, 2006, PemasaranJasa, Bayu Media, Malang.