

Daftar Pustaka

- Worldometers*. (2019). Diambil kembali dari Worldometers elaboration of the latest United Nations data: <https://www.worldometers.info/demographics/indonesia-demographics/#age-structure>
- Worldometers*. (2019, Desember 14). Diambil kembali dari Worldometers elaboration of the latest United Nations data: <https://www.worldometers.info/>
- Adhitia, F. B. (2018, Februari 21). Dipetik November 12, 2019, dari idntimes.com: <https://www.idntimes.com/news/indonesia/fitang-adhitia/millennials-dominasi-penggunaan-internet-kebanyakan-untuk-chatting-dan-media-sosial-1>
- Agustina, L., Irwansyah, I., & Fayardi, A. O. (2018). Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-commerce. *ILMU KOMUNIKASI*, 141-154.
- Almli, V. L. (2011). *General image and attribute perceptions of traditional food in six European countries*. *Journal Food Quality and Preference*.
- Alvin Yeremia Effendi, Y. S. (2013). Pengaruh Costumer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Boga Sari. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Auliya, Z. F., Umam, M. R., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia. *EBBANK*, 89-98.
- Bucuta, A. (2015). *A Review of the Specific Characteristics of the Generation Y*.
- Carlson, E. (2008). *The Lucky Few Between the Greatest Generation and the Baby Boom*. USA: Springer.
- Carolina, F. A. (2017). Analisis Penerimaan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Prespektif Technology Acceptance Model. *Jurnal Akuntansi*, 20.

- CNN Indonesia. (2019, Maret 13). <https://www.cnnindonesia.com/>. Dipetik November 12, 2019, dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190312125646-185-376484/mengenal-sejarah-internet>
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta.
- Devedi, P., Pathak, R., & Sujatha, R. (2017). A study on parameters of online reviews content that influence consumers buying behaviour- an Indian perspectiv. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, 12-24.
- Dillon, W. (1984). *Multivariate Analysis Method Application*. Toronto: John Willey & Sons.
- Fandy, T. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Vol. I). Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Furchan, A. (2004). *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Gavillan, et al. . (2017). The influence of Online Ratings and Reviews on Hotel Booking Consideration. *www.elsevier.com*, 53-61.
- Gesenhues, A. (2013, April 9). Dipetik November 12, 2019, dari marketingland.com: <https://marketingland.com/survey-customers-more-frustrated-by-how-long-it-takes-to-resolve-a-customer-service-issue-than-the-resolution-38756>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Graves, P. (2015). *Mitos Riset Pasar, Kebenaran tentang Konsumen, dan Psikologi Berbelanja*. Jakarta: Elex Media.
- Hidayatullah, S., Waris, A., Sari, S. R., Devianti, R. C., Wibowo, I. A., & Made, P. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 240-249.
- Horovitz, B. (2012). *After Gen X, Millennials, what should next generation be?* USA.
- Irianto, A. (2004). *Statistik (Konsep Dasar dan Aplikasinya)*. Jakarta: Kencana.
- Jalilvand, M. R. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand image and Purchase Intention*.
- Jonathan Sarwono, E. S. (2010). *Riset Akuntansi Menggunakan SPSS*. Bandung, Indonesia: Graha Ilmu.
- Kanitra, A. R., & Kusumawati, A. (2018). PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN DAN ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP TRUST DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 64-73.
- Kotler, K. (2007). *Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian*. Salemba Empat, Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, K. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kountur, R. (2003). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.
- Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigenerational employees: Strategies for effective management. *The Health Care Manager*, 65–76.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis regresi: dasar dan penerapannya dengan r*. Indonesia, Jakarta: Kencana.
- Kusnandar, V. B. (2019, September 9). *Berapa Jumlah Penduduk Usia Produktif Indonesia?*. Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/>
- Lucas, D. B. (2012). *Measuring Advertising Effectiveness*. New York.

- Lyson, S. (2004). An exploration of generational values in life and at work. *ProQuest Dissertations and Theses*, 441-441.
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generation . *Essays on the Sociology of Knowledge*, 276-322.
- Martin, C. A., & Tulgan, B. (2006). *Managing the Generational Mix*. Amherst, Massachusetts: HRDPRESS, Inc.
- Maryono, Y. (2006). *Teknologi Informasi dan Komunikasi 1* (Vol. I). Bandung: Yudhistira.
- Miller, J. K. (2009). *Culturally and Linguistically Diverse Classroom*. Multilingual Matters.
- Nathania , S. (2018). *Analisa Pengaruh Online Consumer Review pada Keputusan Pembelian Generasi Milenial di Bandung (Studi pada Produk Gadget di Tookopedia)*. Bandung: respiratory unpar.ac.id.
- NT, H. (2013). *Factors influencing consumer online purchase intention of fashion in Vietnam the case study of Zalora*. Hochiminh City, Vietnam: Vietnam National University.
- Oblinger, D. G., & Oblinger, J. L. (2005). *Educating the Net Generation*. Washington, D.C. : EDUCAUSE.
- Pieniak, Z. V. (2009). Association Between Traditional Food Consumption and Motives for Food Choice in Six European Countries. *Appetite Journal*, 101-108.
- Pilcher, J. (2017). *Women of Their Time: Generation, Gender Issues and Feminism*. New York: Routledge.
- Prof. Dr. H.M. Burhan Bungin, S. M. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Putra, Y. S. (2019). Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti Vol.9 No.18*, 123-134.
- Putri, A. A. (2018). Analisis Pengaruh Sikap Generasi Milenial terhadap Minat Beli Online pada Situs Jejaring Sosial.
- Putri, E. D. (2018). *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Yogyakarta: Deepublish.

- Qurrotullain, A. (2013). Penggunaan Metode Preview, Resd, Summare, Test (PQRST) Dalam Meningkatkan Kemampuan Pada Siswa Tunarungu. 33.
- Riduwan. (2005). *Skala Pengukuran variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rika Yulita Amalia, S. F. (2018). Prilaku Konsumen Milenial Muslim Pada Resto Bersertifikat Halal di Indonesia: Implementasi Teori Prilaku Terencana Ajzen. *Journal of economics and business Aseanomics*, 203.
- Santoso. (2006). *Menggunakan SPSS untuk Statistik Non Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. (2006). *Analisis Kritis atas Laporan keuangan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Santoso, S. (2011). *Structural Equation Modeling (Konsep dan Aplikasi AMOS 18)*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sholihah, A. (2019, June 15). Dipetik November 9, 2019, dari <https://www.studineews.co.id>: <https://www.studineews.co.id/pengertian-teknologi-jenis-dan-manfaatnya/>
- Siregar, S. (2003). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Solimun, A. A. (2002). *Metode Statistika Multivariat Permodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpLS*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Strauss, W., & Howe, N. (2000). *Generations: the history of America's future*. New York: Vintage Books.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Meethods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, da R&D*. Bandung: Alafbeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujatno, A. B. (2011). *Scret Skill, Attitude and Performance for Restaurant Manager*. Yogyakarta: ANDI.
- Sukmawati, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Sulistiyono, N. Y. (2013). Gambaran Asupan Zat Gizi dan Aktivitas Fisik Mahasiswa Ilmu Keolahragaan. *Jurnal Gizi*, 19.

- Sulistiyari, I. N. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflamme (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang)*. Semarang: Diponegoro Journal of Management.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supranto, J. (2004). *Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tapscott, D. (1998). *Growing Up Digital : The Rise of the Net Generation*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Togas, P. T., Kindangen, P., & Tumbuan, W. J. (2019). The Influence of Online Review on Online Hotel Booking Intention in Manado. *Jurnal EMBA*, 3189-3198.
- Tyas, A. S. (2017). Identifikasi Kuliner Lokal dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2.
- Veronica. (2016). Pengaruh Iklan dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen, Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen*, 36.
- Wahana, H. D. (2015). Pengaruh Nilai-Nilai Budaya Generasi Millennial dan Budaya Sekolah Terhadap Ketahanan Individu (Studi Di SMA Negeri 39, Cijantung, Jakarta). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 14-22.
- Wicaksono, B. D. (2019, Januari 19). Dipetik November 12, 2019, dari idntimes.com: <https://www.idntimes.com/tech/trend/bayu/survei-ims-2019-kebiasaan-millennial-saat-belanja-online-ims2019/full>
- Widya, S. A., & Riorini, S. V. (2016). Pengaruh Online Reviews terhadap Online Hotel Booking Intentions pada Online Travel Agent Lokal. *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*.
- Wijaya, T. (2010). *Analisis Structural Equation Modeling Menggunakan AMOS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, B. (2000). *Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers and Nexters in Your Workplace*. New York: AMACOM.

Zhao, X. (., Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 1343-1364.

Zhao, X., Guo , X., Wang , L., & Law, R. (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 1343-1364.

