

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitia, F. B. (2018). *Millennials dominasi pengguna internet, kebanyakan untuk chatting dan media sosial*. Diambil dari <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. Diambil dari https://www.researchgate.net/publication/329338861_Online_Review_Indikator_Penilaian_Kredibilitas_Online_dalam_Platform_E-commerce.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Surabaya, Indonesia: Airlangga University Press.
- 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.
- Carlson, E. (2008). *The lucky few between the greatest generation and the baby boom*. USA: Springer.
- CNN Indonesia. (2019). *Mengenal sejarah internet*. Diambil dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190312125646-185-376484/mengenal-sejarah-internet>.
- 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. Diambil dari <https://www.researchgate.net/publication/318676139>.
- Dillon, W. (1984). *Multivariat analysis method application*. Toronto, Kanada: John Willey & Sons.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Yogyakarta, Indonesia: Deepublish.
- Gesenhues, A. (2013). *Survey: 90% of customers say buying decisions are influenced by online reviews*. Diambil dari <https://marketingland.com/survey-customers-more-frustrated-by-how-long-it-takes-to-resolve-a-customer-service-issue-than-the-resolution-38756>.

- Ghozali, I. (2012). *Applikasi analisis multivariate dengan program ibm spss*. Yogyakarta, Indonesia: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Applikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 23*. Semarang, Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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.
- Irianto, A. (2004). *Statistik (konsep dasar dan aplikasinya)*. Jakarta, Indonesia: Kencana.
- 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, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran edisi 12 jilid 1*. Jakarta, Indonesia: PT. Indeks.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis regresi: dasar dan penerapannya dengan r*. Jakarta, Indonesia: Kencana.
- Kusnandar, V. B. (2019). *Berapa Jumlah Penduduk Usia Produktif Indonesia?*. Diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/>.
- 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. Diambil dari <http://marcuse.faculty.history.ucsb.edu/classes/201/articles/27MannheimGenerations.pdf>.
- 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, Indonesia: Yudhistira.
- Nathania , S. (2018). *Analisa pengaruh online consumer review pada keputusan pembelian generasi milenial di bandung (studi pada produk gadget di tookopedia)*. Diambil dari <http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/5894/Cover%20-%20Bab1%20-%201214098sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

- Oblinger, D. G., & Oblinger, J. L. (2005). *Educating the net generation*. Washington, D.C. : EDUCAUSE.
- Pilcher, J. (2017). *Women of Their Time: Generation, Gender Issues and Feminism*. New York, NY: Routledge.
- Prof. Dr. H.M. Burhan Bungin, S. M. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif komunikasi*. Jakarta, Indonesia: Kencana.
- Putra, Y. S. (2019). Teori perbedaan generasi. *Among Makarti Vol.9 No.18*, 123-134. Diambil dari <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/142/133>
- Putri, A. A. (2018). Analisis pengaruh sikap generasi milineal terhadap minat beli online pada situs jejaring sosial. Diambil dari <https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/6432/TESIS%20ANGGUN-%20ANALISI%20PENGARUH%20SIKAP%20GENERASI%20MILINEAL%20TERHADAP%20MINAT%20BELI%20ONLINE%20PADA%20SITUS%20JEJA.pdf?sequence=1>.
- Putri, E. D. (2018). *Pengantar akomodasi dan restoran*. Yogyakarta, Indonesia: Deepublish.
- Riduwan. (2005). *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Santoso, S. (2011). *Structural equation modeling (konsep dan aplikasi amos 18)*. Jakarta, Indonesia: PT. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L., & Kanuk , L. L. (2007). *Perilaku konsumen, diterjemahkan oleh zoelkifli kasip*. Jakarta, Indonesia: PT. Indeks.
- Sekaran, U. (2011). *Research methods for business*. Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- Siregar, S. (2003). *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta, Indonesia: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Solimun, A. A. (2002). *Metode statistika multivariat permodelan persamaan struktural (sem) pendekatan warpls*. Malang, Indonesia: Univresitas Brawijaya Press.
- Strauss, W., & Howe, N. (2000). *Generations: the history of america's future*. New York, NY: Vintage Books.

- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode penelitian: lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta, Indonesia: Pustaka Baru Press.
- Sulyianto. (2005). *Analisis data dalam aplikasi pemasaran*. Bogor, Indonesia: Ghalia Indonesia.
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital : the rise of the net generation*. New York, NY: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Wahana, H. D. (2015). Pengaruh nilai-nilai budaya generasi millenial dan budaya sekolah terhadap ketahanan individu (studi di sma negeri 39, cijantung, jakarta). *Juranc Ketahanan Nasional*, 14-22.
- Wicaksono, B. D. (2019). *IMR 2019: begini kebiasaan millennial saat belanja*. <https://www.idntimes.com/tech/trend/bayu/survei-ims-2019-kebiasaan-millennial-saat-belanja-online-ims2019/full>.
- Worldometers. (2019). *Population of indonesia (2020 and historical)*. Diambil dari <https://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population/>
- Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, B. (2000). *Generations at work: managing the clash of veterans, boomers, xers and nexters in your workplace*. New York, NY: AMACOM.
- 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. Diambil dari https://www.researchgate.net/publication/280739761_The_influence_of_online_reviews_to_online_hotel_booking_intentions.