

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggitasari, A. M. 2016. Pengaruh Ewom Terhadap Brand Image Dan Brand Trust, Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk *Smartphone* Iphone (Studi Pada Masyarakat Di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5 (3): 266-275.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bataineh , Abdallah Q (2015) *The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image*. *International Journal of Marketing Studies*, Vol 7. No 1
- Chaffey, D. (2011). *E-Business and E-Commerce Management : Strategy, Implementation, and Practice* (5th ). Pearson Education
- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Farli Liwe, (2013), Kesadaran Merek, Keragaman Produk, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di *Kentucky Fried Chicken* Manado, *Jurnal EMBA*, Volume 1, No 4, Halaman 2097-2116.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2010). *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23
- Gronroos, Cristian. (2007). *Service management and Marketing 3*. Chichester, NY: Wiley.

- Jalilvand, Mohammad Reza dan Neda Samiei.2012. The Effect of Electronic Word of Mouth on *Brand image* and *Purchase Intention*: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 30 Iss: 4.
- Johnson, Burke., dan Christensen, Larry. (2012). *Educational Research: Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches* (4th ed.). California: SAGE publications, inc.
- Kamtarin, M. (2012). Effect of Electronic Word of Mouth, Trust and Perceived Value on Behavioral Intention from The Perspective of Consumer. *Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences, 1*.
- Komalasari, K.(2013). *Pembelajaran Kontekstual : Konsep dan Aplikasi*. Bandung:PT Refika Aditama.
- Kotler, P. 2013, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan), Jilid II, Edisi 13, Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2012): *Marketing Management* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip & Armstrong (2012): *Marketing Management* 14<sup>th</sup> Edition New Jersey: Pretice Hall.
- Lembang, Rosvita. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaua terhadap Keputusan Pembelian Teh siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
- Lupiyoadi, Rambat. 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik*, UI Press, Jakarta.

- Mantauv, Citra Susi. 2014. Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen PT.Prioritas Simpang Ampek. (STIE Yappas, Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol 6, No. 8.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta
- Nugroho, Adi Rifki. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre-Order secara Online (Studi Kasus pada Online Shop Choper Jersey)*. Skripsi UNDIP.
- Raharjani, J., 2010. *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang)*, Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol.2 No.1
- Roderick, B. dan Gregory, B. J. 2008. Investigating the service: A customer value perspective. *Journal of Business Research*. Vol 62. No 7, hal 345-355
- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. 2013. *Consumer Behavior*. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Sugiyono, (2015): *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung
- Syafaruddin Z, S. S. (2016). Pengaruh Komunikasi Electronic Word of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Online Shopping Zafertech.com). *Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang*.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Thurau, T., Gwinner, K.P., Walsh, G. and Gremler, D.D. (2004), “Electronic word-of-mouth via consumer opinion platforms: what motivates consumers

to articulate themselves on the Internet?”, *Journal of InteractiveMarketing*, Vol. 18 No. 1, pp. 38-52.

Usmara, (2013), *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amoro. Book.

Wijayanto. 2013. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware*. Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 2, No. 1.

Wayan, Ni, 2010, *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasi Dalam Strategi Pemasaran*. Bali: penerbit Udayana University Press

Yamit, Zulian. 2013. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

Yunitasari, F. (2018). *Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2015)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Zaini, Ahmad Baihaki, (2013). *Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur)*.

