

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nawaz. 2014. *Impact of Word of Mouth on Consumer Buying Decision. European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol.6, No.31, 2014.
- Alvionita, Vanny. 2017. Pengaruh Word Of Mouth, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Chatime. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 3, Maret 2017.*
- Amrullah, Atika romal. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 7, Juli 2016.*
- Aprianto, Ronald. 2016. Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Kompor Gas Rinnai Pada Konsumen Kelurahan Cereme Taba Kota Lubuk Linggau. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – Volume 16 Bulan November 2016.*
- Arikunto, 2007. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik.* jakarta: Rineka. Aksara.
- Basri, Hasan, 2014. Word of Mouth (WOM) of Purchase Decision. *Asian Journal of Quality of Life, AjQoL, 1(4), Nov. / Dec. 2016.*
- Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen.* Yogyakarta : BPFE.
- Bilson, Simamora, 2004, *Riset Pemasaran,* Jakarta, Gramedia Utama.
- C. Mowen, John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen.* Jakarta. Erlangga.
- Drezner, W. 2002. *A Balanced Perspective on Brands.* Baringstroke: McMillan.
- Etta dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen.* Andi. Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2005. *Pemasaran Jasa,* Malang: Bayumedia Publishing.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama,* Yogyakarta, Andi Offset.

- Fransiska, Pramita. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas produk dan Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Kemasan. *Skripsi. Universitas Diponegoro*.
- Fatmawati, 2017. Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 10. No. 1, April 2017*.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair Jr, Joseph F., Black, William C., Babin, Barry J., & Anderson, Rolph E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition. Pearson Education Limited. United States of America.
- Harjadi, Didik & Fatmasari, Dewi. 2008. WOM Communication sebagai Alternatif Kreatif dalam Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 4, No 8, 72-78*.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Dari Mulut Ke Mulut*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Hasyim (2017) Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015-2015/2016 Pembeli Handphone Samsung Galaxy). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 43 No.1 Februari 2017*.
- Hidayati, Hosianna Ayu. 2012. Faktor-faktor yang Membentuk Komunikasi Word of Mouth dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Jalilvand, Mohamad 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. *Emerald Journal Marketing Intelligence & Planning 30(4),460-476*.
- Keller, Kevin Lane.2003. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Keller, K., dan Lane. 2010. *Strategic Brand Management : Bulding, measuring and Managing Brand Equity*. International Edition, Pearson Education, New Jersey.

- Kotler, Amstrong . 2010. *Principles Of Marketing. 13 Edition*. New Jersey. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Bob Sabran, MM. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas Jilid 1. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2012. *Prinsip- prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller. (2012). *Marketing Management*, 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Leksono, Billy Rafael. 2017. Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.2, No.3, Oktober 2017: 381 – 390*.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. 2014. *Theories of Human Communication. Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lotulung, Lopian, dan Joyce. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Wom (Word Of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss pada Cv.Tristar Jaya Globalindo Manado. *Jurnal EMBA Vol. 3 No. 3 Sept. 2015*.
- Lovelock, Christopher and Wirtz, Jochen. (2011). *Marketing Management*. Customer behavior 7th Edition. Pearson Education; Boston.
- Luong, Duy Binh. 2017. The impact of electronic word of mouth on brand image and buying decision: An empirical study in Vietnam tourism. *International Journal of Research Studies in Management 2017 Volume 6 Number 1, 53-63*.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Dua. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma'ruf, 2006, *Pemasaran Ritel*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Maulana, Rakhmad. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada XIAOMI SMARTPHONE. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 12, Desember 2017*
- Nurochani dan Mulyana. 2017. Pengaruh Servicescape Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 11, No. 1, April 2017*.

- Pardede, Ratlan. 2016. Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management Vol. 10 No. 1.*
- Permadi. 2014. Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 10 No. 1 Mei 2014.*
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. 2008. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran.* Cetakan Pertama Edisi Bahasa Indonesia. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Peter J. Paul dan Olson Jerry C. 2010. *Consumer Behavior and Marketing Strategy 9th ed.* New. York, USA: McGraw Hill.
- Philip Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran,* Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta.
- Poluakan, Tewal, dan Tawas. 2017. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion. *Jurnal EMBA. Vol.5 No.2 Juni 2017.*
- Purwati, Setiawan, dan Rohmati. 2012. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius).Vol. 2 No. 3 Sept 2012.*
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP.* PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rifaldi, 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. *Jurnal Epigram Vol. 13 No. 2 Oktober 2016.*
- Ruslim, Archi C. 2015. “Pengaruh Iklan, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Telepon Genggam Asus”. *Jurnal EMBA. Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.393-401.*
- Sallam, Methaq, Ahmad. 2014. The Effect of Brand Identification on Brand Love and Purchase Decision Making: The Role of WOM. *International Business Research; Vol 7, No10.pp.187-193.*
- Sari, Fanny Puspita. 2016. Pengaruh Harga Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 6, Juni 2016.*

- Sari, Hutami Permita. 2016. Pengaruh Citra Merek, Fitur, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Vol 5, No 3 (2016)*
- Severi, Ervan. 2017. The Impacts of Electronic Word of Mouth on Brand Equity in the Context of Social Media. *International Journal of Business and Management; Vol. 9, No. 8; 2014ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119.*
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000, *Costumer behaviour*, Internasional Edition, Prentice Hall.
- Schiffman, Leon & Lazar Leslie Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. edisi 7. jakarta: Indeks.
- Schiffman, Leon & Lazar Leslie Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen edisi ketujuh*. Indonesia, penerbit indeks.
- Setiadi. Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Edisi I Cetakan ke 3. Jakarta : Kencana Pernada Media Group
- Subandi, Teddy. 2016. Pengaruh Promosi Word Of Mouth dan Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 5, Desember 2016*
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian*. Cetakan ke 15. Jakarta: PT RinekaCipta.
- Sumardy, Marlin Silviana, Melina Melone. 2011. *The Power of Word of Mouth. Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Supriono, Fandi Achmad. 2017. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 50 No. 2 September 2017.*
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Tariq. 2017. *EWOM and brand awareness impact on consumerpurchase intention: mediating role of brand image. Pakistan Administrative Review. Vol. 1, No. 1, 2017.*
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Wijaya. 2017. Pengaruh *Word Of Mouth*, Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi di Perumahan Kelas Menengah Semarang). *Jurnal Universitas Kristen Satya Wacana*.