

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd-Elaziz, M. E., Khalifa, G. S. A., dkk. (2015). *Determinants of Electronic Word of Mouth (EWOM) Influence on Hotel Customers' Purchasing Decision*. Journal of Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University. Vol. 3. No. 22.
- Agyekum, Crentsil Kofi. (2015). *Consumer Perception of Product Quality*. China Journal of Management and Economics Departement. Volume 3 No. Halaman 25. Beijing University of Tech China.
- Babin, F. Barry, Lee Ki Young, dkk. (2005). *Modeling Consumer Satisfaction and Wordof Mouth: Restaurant Patronage in Korea*. The journal of service marketing. Vol. 19. No. 3.
- Departemen Agama RI. (2002). *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*. Edisi tahun 2002. Al-Huda Kelompok Gema Insani: Depok.
- Fahmi, R & Pangestuti, E. (2018). *Pengaruh International Brand Image dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 60, No. 2, Juli 2018.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Bada Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari mulut ke mulut*. Media Pressindo: Yogyakarta.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Caps: Yogyakarta.
- Ho-Jung Jung & June-Suh Cho. (2016). *The Effect of Characteristic of Social Commerce Have on Customer's Purchase Decisions*. Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR), Vol. 11, Issue 1.
- Indrawijaya, S. ( 2012). *Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Roti Manis pada Industri Kecil di Kabupaten Sorolangun*. Menkeu, Vol. 1, No. 3, 2012:193-208.
- Killing, C. & Tumewu, F. F. J. (2016). *The Effect of Brand Equity and Product Quality Toward Consumer's Purchase Decision*. Jurnal EMBA, Vol. 5, No.1, Maret 2016, Hal. 195-205.

- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip and Amstrong, Garry. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.- *Principles of Marketing Global 14 edition*. Prentice: NewJersey.
- Lotulung, S., C., Lopian, J., & Moniharapon, S. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Handphne Evercoos pada CV. Tristar Jaya Globalindo Manado*. Jurnal EMBA, Vol.3, No. 3, Sept 2015, Hal. 817-826).
- Martono, N. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Depok: Rajawali Pers.
- Nazaruddin, I., dan Basuki, A. T., 2017. *Pratikum Statistik*. Yogyakarta.
- Peter dan Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Salemba Empat: Jakarta.
- Prasetio, A. & Gaffar, P. (2016). *Proposed Model for Social Capital Relationship with Online Purchase Decision in Social Network*. Atlantis Press, Vol, 15.
- Puspita, D. L., Yulianto, E. & Sunarti (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 34, No. 1, Mei 2016.
- Rahmawati, A., Fajarwati, & Fauziah. (2016). *Statistika Teori dan Praktek Edisi 3*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rembon, A., Mananeke, L. & Gunawan, E (2017). *Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Kangzen Kenko Indonesia di Manado*. Jurnal EMBA, Vol. 5, No. 3, September 2017, 4585-4594.
- Robustin, T. P. & Fauziah, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Masyarakat di Kota Jember*. Sinergisitas Quadruple Helix: *e-Bussines dan Fintech* sebagai Daya Dorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3. 94-101.

- Rofiq, A. & Hufrom, M (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Powernoise Store*. E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id). 152-167.
- Sekaran, Uma (2006). *Research Methods For Business*. Edisi 4. Selemba Empat: Jakarta.
- Syahrivar, J. dan Muhammad, I. A. (2018). *The Impact of Electronic Word of Mouth on Brand Equity of Imported Shoes: Does a Good Equity Result in High Customers' Involvements in Puschasing Decisions?.* The Asian Journal of Technology Management. Vol. 11. No.1.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-23. Alfabeta, cv: Bandung.
- Supriyanto. (2009). *Metodologi Riset Bisnis*. Alfabet, cv: Bandung.
- Suryani. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Tampinongkol, Vanessa M. & Mandagie, Yunita (2018). *Analisis Penaruh Word of Mouth, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Manado Twon Square*. Jurnal EMBA, Vol. 6, No. 4, September 2018, 2008-2017.
- Tjiptono. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi: Yogyakarta.
- <https://www.paragon-innovation.com/>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2019 pukul 18.50.
- <https://www.dream.co.id/lifestyle/wardah-raih-campaign-of-the-year-di-beautyfest-asia-2017-170320b.html>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2019 pukul 19.21.
- <https://repository.unpas.ac.id/>. Diakses pada tanggal 19 April 2019 pukul 09.08.
- <https://elib.unikom.ac.id/>. Diakses pada tanggal 19 April 2019 pukul 10.11.
- [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2018\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_1). Diakses pada tanggal 18 April pukul 19.17.

<http://kc.umn.ac.id>. Diakses pada tanggal 12 Mei 2019 pukul 11.00.

<http://lusiananuryanti.blogspot.com/2016/03/ptparagon-technology-and-innovation.html>. Diakses pada tanggal 22 Juni 2019 pukul 18.33