

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, Richard Darmawan & Haryanto, Jony Oktavian. (2010). “Analisis Pengaruh Internet Marketing terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness untuk Memunculkan *Intention to Buy*”. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 9(1), 20-35. Diakses dari:
<https://media.neliti.com/media/publications/115433-ID-analisis-pengaruh-internet-marketing-ter.pdf>
- Arikunto, S. 2003. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- A'mirah, N., R. Ahmad, F. I. Anuar, dan K. A. Ismail. 2016. Effect of Word of Mouth Communicaaion on Consumer Purchase Decision: Malay Upscale Restaurant. *Social and Behavioral Sciences*. 222: 324-331. Diakses dari:
<https://cyberleninka.org/article/n/646979.pdf>
- Asnawi dan Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Press.
- Ahmad Ubaidillah dan Nuraeni, Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Communication terhadap Keputusan Pembelian Studi Padsa Toko Emas Ari Jaya, *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*. Diakses dari:
docplayer.info/31254579-Pengaruh-kualitas-produk-dan-word-of-mouth-communication-terhadap-keputusan-pembelian-studi-pada-toko-emas-ari-jaya.html

- Abdulah, D. (2015). Pengaruh Word of Mouth Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PD. Suzuki Talaga. Jurnal Universitas Majalengka. Maksi, 2(1). Diakses dari:
<https://core.ac.uk/download/pdf/228882562.pdf>
- Bhima Herbrian Kusuma. 2014 “Analisis Pengaruh Promosi, Word of Mouth, Dan Brand Awareness Terhadap Pembentukan Minat Beli (Studi Kasus Pada Coffee Groove Semarang)”. Diakses dari:
http://eprints.undip.ac.id/45393/1/07_KUSUMA.pdf
- Basuki, A. T. 2016. “Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis. Jakarta: Rajawali Pers”. Diakses dari:
<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/2051/C.2-NA%20Prawoto.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Downey dan Erickson. 1987. Manajemen Agribisnis. Edisi kedua. Terjemahan oleh Ir. Rochidayat Ganda S & Alfonsus Sirait. Erlangga.Jakarta.
- Galih, Priambodo & Mattheus Subyanto (2017). “Peran Komunikasi Word of Mouth Tradisional Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Merek. *Jurnal Komunikologi Volume 14 Nomor 1*” Diakses dari:
<https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Kom/article/download/2242/1935>
- Godes dan Mayzlin, D. 2004. Using Online Conversations to *Study Word of Mouth Communication. Marketing Science*. 23 (4). Diakses dari:
https://msbfile03.usc.edu/digitalmeasures/mayzlin/intellcont/godes_mayzlin04-1.pdf

- Kiki, Joesyiana (2019) “Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey Pada Mahasiswa Semester Vii Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)” *Jurnal Valuta* Vol. 4 No 1, Diakses dari: <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/download/2534/1444/>
- Kotler, P. dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008), *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 12 Jilid 1 penerbit Erlangga.
- Mahdiasukma, Putra & Achmad Fauzi (2018) “Pengaruh Word of Mouth Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Coffee Toffee Cabang Kota Malang)” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 55 No. 3 Diakses dari: <https://docplayer.info/91568596-Pengaruh-word-of-mouth-marketing-terhadap-keputusan-pembelian-survei-pada-konsumen-coffee-toffee-cabang-kota-malang.html>
- Nugroho, J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Yogyakarta: Andi. Vol 6, No 2 (2012) Diakses dari: <https://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/view/542/512>
- Pamungkas, Aji Bagas, dan Zuhroh, Siti. (2016). “Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Komunikasi*, Vol. X No. 02: 145-160. Diakses dari:

<https://media.neliti.com/media/publications/106806-ID-pengaruh-promosi-di-media-sosial-dan-wor.pdf>

Prima, Conny, dkk (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. Diakses dari: <https://media.neliti.com/media/publications/82184-ID-pengaruh-citra-merek-terhadap-word-of-mo.pdf>

Pujiana, I. L. 2012. Pengaruh *Word of Mouth* Communications terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi di Klinik Kecantikan Auraku Skin Solution Cimahi). *Skripsi*. Bandung: Universitas Padjajaran. Diakses dari: <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/15879/resume/pengaruh-word-of-mouth-communications-terhadap-proses-pengambilan-keputusan-pembelian-studi-di-klinik-kecantikan-auraku-skin-solution-cimahi-.pdf>

Priyatno. 2014. Pengolahan Data Terpraktis. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Rukmana M, Arifin R, Hurfon M. (2019). “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Convenience Goods Pada Konsumen Swalayan Kud Pakis. E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen” Diakses dari: <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/4010/3492>

Ria, Nursukmawati. 2013. Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia. Diakses dari: <http://repository.upi.edu/4169/>

Setiadi. 2003. Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. Cetakan Pertama, Penerbit Kencana. Jakarta.

Singarimbun, Masri dan Shofian Effendi. 1985. Metode Penelitian Survey. Jakarta: LP3ES.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV

Sumarwan, U. 2014. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.

Bogor: Ghalia Indonesia. Diakses dari:

<http://sumarwan.staff.ipb.ac.id/perilaku-konsumen-teori-dan-penerapannya-dalam-pemasaran/>

Wahdiana, Elvina (2018) Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen Pada Kartika Skin Care Beauty Clinique Jember the Effect of Word of Mouth on Consumer Purchase Decision in Kartika Skin Care Beauty Clinique Jember. Diakses dari:

<https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/88294/ELVINA%20WAHDIANA-140910202031.pdf?sequence=1>

Wahyu, Rina Artha, dkk. (2014). “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Purchase Intention melalui Social Media Marketing terhadap Produk Frozen Yogurt

Sour Sally di Surabaya”. Jurnal GEMA AKTUALITA, Vol. 3 No. 2. Diakses dari:

<http://dspace.uphsurabaya.ac.id:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/95/Analisis%20Faktor->

[Faktor%20yang%20Mempengaruhi%20Purchase%20Intention%20melalui%20So](http://dspace.uphsurabaya.ac.id:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/95/Analisis%20Faktor%20yang%20Mempengaruhi%20Purchase%20Intention%20melalui%20So)

cial%20Media%20Marketing%20terhadap%20Produk%20Frozen%20Yogurt%20
Sour%20Sally%20di%20Surabaya.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Zamil, A. M. 2011. *The Impact of Word of Mouth on the Purchasing Decision of
the Jordanian Consumer. Research Journal of International Studies*. 20: 24-29.

Diakses dari:

https://www.researchgate.net/publication/220007634_The_Impact_of_Word_of_Mouth_WOM_On_the_Purchasing_Decision_of_the_Jordanian_Consumer

