

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Mahdhiani Asanti. 2015. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli *Boel-Ling Fruit Bar*. SKRIPSI. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Basu Swastha dan Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*, Yogyakarta : BPF UGM.
- Brown, Jo dan Broderick, J. Amanda (2007). *Word of Mouth Communication Within Online Communities: Conceptualizing The Online Social Network*. Vol. 21, 2007. 2-20.
- Cheung, Christy M. K., Matthew K. O. Lee dan Neil Rabjohn. 2008. *The Impact of E-WOM-The Adoption of Online Opinions in Online Customer Communities*. *Internet Research*, 18 (3): 229-247.
- De Bruyn, Arnaud., Lilien, Garry. (2008). *A multi-stage model of word-of-mouth influence through viral marketing*, *Intern. J. of Research in Marketing* 25, 151–163, Elsevier.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Fadilla Anggraini Pramudya dan Putri Finisica Dwijayati Patrikha. 2021. Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-Wom* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Aplikasi Soco. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, Vol.4, No.2.
- Fuad, Noor dan Gofur Ahmad. 2013. *Integrated Human Resources Development*. Jakarta: Grasindo
- Goldsmith dan Bing Pan. 2008. *Electronic Word-Of Mouth In Hospitality And Tourism Management. Department of Hospitality and Tourism Management, College of Business and Economics, College of Charleston, 66 George Street, Charleston, SC 29424*.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2010). *E-Wom : Word of Mouth Measurement Scale for E-Service Context*. *Journal of Administrative Sciences*, Volume 27: 5-23.
- Gruen, T. W., Osmonbekov, T., dan Czaplewski, A. J. (2006). *e-WOM: the impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty*. *Journal of Business Research*, 449-456.
- Hennig- Thurau, Thorsten, dan Gianfranco Walsh. 2003. "*Electronic Word-of-Mouth: Motives for and Consequences of Reading Customer Articulations on the Internet*." *International Journal of Electronic Commerce*, 8 (2): 51-74.
- I Kadek Rupayana, I Wayan Suartina dan IA. Mashyuni (2021), Pengaruh Kualitas Produk, *Impulse Buying* dan *Electronic Word of Mouth (EWOM)* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar. *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, Vol. 1 (No. 1).
- Indrawati, Veni. (2000). *Manajemen Usaha Boga*. Yogyakarta: UNY Press
- 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.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta : Erlangga
- Lisa Amelisa, Sepris Yonaldi dan Hesti Mayasari. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Pada Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volumen 7, Nomor 3.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Muhammad Ziadi. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di *Maxx Coffe* Yogyakarta. SKRIPSI. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Muntinga, D.G., Moorman, M., Smit, E.G., (2011). *Introducing COBRAs: exploring motivations for brand-related social media use*. *Int. J. Advert.* 30 (1), 13–46.
- Novita Sari, Muhammad Saputra dan Jamaluddin Husein. 2017. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online Bukalapak.Com*. *Jurnal Manajemen Magister*, Volume 03, Nomor 01.
- Putra, Giardo Permadi (2017) *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.48, No.1.
- Riau Rahmat Hidayat. 2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut). SKRIPSI. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri, Sumatera Utara, Medan.
- Schiffman* dan Lazar L *Kanuk*. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cetakan Pertama, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy, 2000, *Manajemen Jasa* , Edisi Ketiga, Andi Offset, Yogyakarta
- Tommi Wijaya dan Eristia Lidia Paramita. 2014. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. *Research Methods And Organizational Studies*. ISBN: 978-602-70429-1-9-. Hlm: 12-19.
- V. Amarezka dan R. S. Dewi. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Portobello Semarang," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 4