

## DAFTAR PUSTAKA

- Amilia dan Asmara. (2017). “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa”. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* Vol. 6 (1) (hlm.660-669).
- Bramantya dan Made. (2016). “Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar”. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5 No. 3, (hlm.1745-1771).
- Brown, B., Dacin, and Gunst. 2005. ”Spreading The Word: Investigating Antecedents of Consumers Positive *Word of Mouth* Intentions and Behaviors in a retailing Context”, *Journal the Academy of Marketing Science*; Vol. 33. No. 2. pp. 123-138.
- C. Mowen, John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Dessy, Ammelia. 2012. “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Ferdinand, Augusty Tae. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Finanda dan Wiwaha. (2017). “Pengaruh *Word of Mouth* dan Brand Image terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Pada Konsumen Millof Beauty Bar”. *Jurna Ilmiah Widya Economica* Vol.1 (2), (hlm.134-140).
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan dkk. 2020. “The Effect of WOM (*Word of Mouth*) and Brand Image on The Purchase Decision (Study of Online Transportation Services Gojek in Sukabumi)”. *Palarch’s Of Journal of Archaeology of Egypt* Vol. 17 (4) (hlm. 2689 – 2704).
- Habir dkk. (2018). “Pengaruh Citra Merek dan *Word Of Mout* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha”. *JURNAL ILMU MANAJEMEN UNIVERSITAS TADULAKO* Vol. 4, No. 3, (hlm.211-218).

- Harrison, L., Jean -Walker. 2001. The Measurement of *Word of Mouth* Communication And An Investigation of Service Quality And Customer Commitment As Potential Antecedents”, *Journal of Service Research*, Vol. 4, No. 1, pp. 60–75.
- Hana, Abdurrahman. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Hermansyur dan Aditia. 2020. “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa”. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* Vol. 3 No. 1 (hlm.32- 43).
- Husen dkk. (2018).”Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Bakso Bangsal Jember”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* Vol. 4 (2), (hlm.127-143).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Alih Bahasa: Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Phillip and Keller.L 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip and Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2. Jakara: PT Prenhallindo.
- Kuniawati. (2020). “Analisis Pengaruh *Word Of Mouth* dan Citra merek terhadap keputusan Pembelian Produk Kosmetik Makeover Kota Semarang”. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* Vol. 22 (2), (hlm.286-295).

- Lamb, Hair Mc Daniel. 2004. *Marketing. Seventh Edition*. Thomson. Southwestern.
- Nada. (2020). “The Impact of *Word Of Mouth* and Brand Image On Buying Decisions of Zomato Gold’s Membership”. *Int’l J. of Org. Bus. Excellence* Vol. 3(2): (hlm.77 – 86) <http://research.binus.ac.id/pex/ijobex/>.
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1 Ed. 9. Dialih bahasakan oleh Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Salemba Empat.
- Pradana dkk. (2017). “Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor”. *Kinerja* Vol. 14 (1) (hlm.16-23).
- Pratiwi. (2017). “Pengaruh *Word of Mouth* Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Café Pelanbaru”. *JOM FISIP* Vol. 4 (1), (hlm. 1-15).
- Rangkuti, Freddy 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmawati dkk (2017). “Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor”. *KINERJA* Vol. 14 (1), (hlm. 16-23).
- Raniawati dkk. (2017). “Komunikasi *Word of Mouth* dan Keputusan pembelian Batik Bangkalan” *Jurnal ASPIKOM* Vol. 3 (2) (hlm. 285-295)
- Soraya dan Marlina. (2020), “Pengaruh *Word Of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Boedjangan di Surabaya”. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* Vol. 5 No. 3 (hlm.229-245).
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 1999. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Edisi Kedua. Bandung: Cv Alfa Beta.

Sunyoto Danang, *Perilaku Konsumen: Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen: Cetakan Pertama*. CAPS (Center of Academic Publishing Service). Yogyakarta, 2013

Supranto, J dan Nanda Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran; Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

