

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, Cynthia, dkk. 2019. “Pengaruh Brand Image dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame di Manado”.Jurnal EMBA, Volume 7, No 1 (hlm.131-140).
- Akbar, Kurnia. 2013. Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau Smarthphone Samsung Jenis Android (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)”. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Amilia, Suri. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol. 6 No. 1
- Arista, E. Desi dan Sri Rahayu. 2011. Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. Vol. 13 No.1.
- Arwiedya, Mochamad Ridzky. 2011. Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Via internet pada Toko Online (Studi Kasus pada Konsumen Toko *Fashion Online* yang bertindak sebagai *Reseller* yang ada di Indonesia). Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (tidak dipublikasikan)
- Bebber et al. 2017. “Pengaruh Electronic Word of Mouth, Dukungan Selebritas, dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang.
- Charo, Naimatullah, dkk. 2015. *Determining the Impact of EWOM on Brand Image and Purchase Intention through Adoption of Online Opinions*.International Journal of Humanities and Management Sciences (IJHMS) Volume 3, Issue 1 (2015)
- Chevalier, J.A. dan Mayzlin, D. 2006. “The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Book Reviews”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 43 No. 3 pp. 345-354.
- Christiy M,K,C., dan Lee Matthew, K.O. 2010. “What Drives Consumers to Spread Electronic Word of Mouth in Online Consumer-Opinion Platforms”. *Article of Decision Support System*.
- Ekky. 2018.“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Undiksha. Skripsi. Program Studi Manajemen. Undiksha Singaraja.

- Elseidi, Reham I, Dina El-Baz. 2016. *Electronic word of mouth effects on consumers' brand attitudes, brand image and purchase intention: an empirical study in Egypt*. The Business and Management Review, Volume 7 Number 5
- Engel, dkk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Farzin, Milad, Majid Fattahi. 2018. *eWOM Through Social Networking Sites And Impact On Purchase Intention And Brand Image In Iran*. Journal of Advances in Management Research
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi*. BP Undip, Semarang
- Firnanda, Muhammad Aries. 2017. *Pengaruh Electronic Word of Mouth, Brand Image, Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ojek Online Go-Jek di Samarinda*. Vol.1.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, Isebel, Richard, Line., Bergeron Jasmin, Marticotte, Francois. 2010. *Journal : e-WOM Scale : Word Of Mouth Measurement Scale for e-Services Context Canadian Journal of Administrative Sciences*. Published online in Wiley Interscience(www.interscience.wiley.com)
- Gujarati, D. 2003. *Basic Econometrics*. Mc-Grawhil. New York
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K.P., Walsh, G. and Gremler, D. D. 2004. *Electronic Word of Mouth Via Consumer – Opinion Platforms: What motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?*. Wiley Periodicals, Inc., 18, 38-52
- Hidayatullah Muhammad Rafif. 2019. *Pengaruh Electronic Word of Mouth, Dukungan Selebritas dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening*. Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- [http ://www.id.priceprice.com](http://www.id.priceprice.com). Diakses pada tanggal 14 Agustus 2020. 13.10 Wita.
- <http://www.topbrand-award.com>. Diakses pada tanggal 27 November 2019, 18.40 Wita.
- Imbayani, I Gusti Ayu, and Agus Wahyudi Salasa Gama. 2018. *The Influence of Electronic Word of Mouth (E-Wom), Brand Image, Product Knowledge on Purchase Intention*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Jagaditha. Volume 5, Nomor 2.

- Kazmi, Anees, Qazi Shujaat Mehmoo. 2016. *The effect of electronic word of mouth communication and brand image on purchase intention : A case of consumer electronics in Haripur, Pakistan*. Management Science Letters 6. 499–508
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Amstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT.Indeks
- Mutiara. 2019. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing Gel. Vol.6 No 1.
- Patria, Dwina Tresna, dkk. 2017. “Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Instamie Bandung. Volume 3, No 1.
- Patria, Tresa Dwina. 2017. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Instamie Bandung. Vol 3 No 1.
- Pratiwi, Laras Adhianthi. 2017. “Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan”. Skripsi. Jakarta. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Priansa, Donni Juni. 2016. “Pengaruh E-WOM dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Online di Lazada. Ecodemica, Volume 4 No 1
- Purboyo, dan Nuril Huda. 2017. “Pengaruh Faktor Eksternal, Internet dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Banjarmasin”. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 5. No. 2.
- Sari, Novita, dkk. 2017. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada Toko *Online* Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*. Vol.03 No 01.t
- Sari, Vivi Endah. 2019. Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking pada situs Traveloka.com di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat dan Kereta Api). *eJournal Administrasi Bisnis*, Volume 7, Nomor 4.
- Sernovit. 2009. *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABET
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit CV Alpha Betha.

- Sunyoto, Danang. 2012. *Teori, Kuesioner dan Analisis Data Sumber DAYA Manusia*. Yogyakarta: Andi Offset
- Syamsiah, Siti Nur, dkk. 2018. Analisis Pengaruh *Brand Image, Brand Awareness dan Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Toko SJ Tempeh Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*. Vol.1 No.1
- Wibowo, Ari. 2015. "Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Purchase Intention pada Konsumen Smartphone Samsung yang Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 12, No 1.
- Widyanto, Alfian, dkk. 2017. Pengaruh E-WOM di Instagram terhadap Minat Berkunjung dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.45. No 1
- Wijaya, T, dan Paramita, E. L. 2014. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR*. *Jurnal Manajemen*. 18 (3), hal.12-19
- Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Erlangga. Jakarta
- Yusuf, Muhamad. 2011. *Analisis pengaruh Promosi Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)*. Skripsi diterbitkan. Universitas Diponegoro Semarang

