

DAFTAR PUSTAKA

- Brian, Srikandi dan Kholid. 2015. Analisis Faktor-faktor pembentukan Electronic Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Hakata Ikkousha Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 25 No. 1. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Dewa, Wayan dan Gede Leli. 2017. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Wisatawan dalam Memilih Taksi Blue Brrd di Bali. *Jurnal IPTA* Vol.5 No. 1. Fakultas Pariwisata UNUD.
- Donni Juni. 2016. Pengaruh E-WOM dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Untuk Berbelanja Online di Lazada. *Ecodemia* Vol. IV No. 1. Universitas Telkom.
- Efendi, Thamrin dan Musdalifah. 2016. Pengaruh Brand Image dan Inovasi Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan GO-JEK di Kota Makasssar. *Jurnal MINDS*. Vol 3, No 2, hal 1-15.
- Febri dan Farah. 2014. Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *e-Proceeding Of Management* Vol 1 No. 3. Prodi S1 Administrasi Bisnis Universitas Telkom.
- Ferinnadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Edisi pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Goldsmith, R. 2008. *Elektronik-Word-of-Mouth, E-commerce*. Idea Group Reference Global, Florida.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. (4th ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan. Ali 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut (Word of Mouth Marketing)*. Yogyakarta: Media Press.
- Hawkins, Del I. Mothersbaugh, David L. 2010. *Consumer Behavior : Byilding marketing Strategy 11th edition*. New York : McGraw Hill.

- Hendi Ariyan. 2015. Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen Atas Merk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*. Vol 2, No1, hal 11-26.
- Hollensen, Svend. 2010. *Marketing Management, A Relationship Approach, 2nd Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Honorata dan Denny. 2015. Electronic World Of Mouth (E-WOM), Kepuasan Konsumen dan Pengaruh Langsung dan tak Langsung Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Pada Mahasiswa FEB UNTAG di Semarang. *Jurnal Media Ekonomi dan Mngagemen*. Fakultas Ekonomika dan BIsnis Universita 17 Agustus 1945 Semarang.
- Kresna. 2008. *Pengaruh Perubahan Elemen Fisik Brand terhadap Citra Merek Studi pada Konsumen PT*. Citilink Indonesia, Skripsi Brawijaya, Malang.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Englang.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing, 14th edition*. United States of America: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Indeks.
- Malhotra, Neresh K. 2013. *Riset Pemasaran*, Jilid II. Indeks. Jakarta.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Mediakom, Yogyakarta.
- Ria Arumsari dan Maya Ariyanti. 2015. The Effect of Electronic Word of Mouth, Brand Image, Customer Trust and Customer Satisfaction towards Repurchase Intention at PT. GO-JEK Indonesia. *International Journal of Science and Research*. Telkom University, School of Business and Economics.
- Resni Ulina. 2016. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Amaris di Samarinda. *e-Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Fisip UNMUL.

- Sari, Viranti Mustik 2012. Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) di Sosial Media Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Restoran Holycowsteak). *Jurnal Media Wisata*. Vol 13, No 1, hal 45-57.
- Setiadi, Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen*. Ed.Revisi;Jakarta: Kencana.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Lelie Lazar. 2010. *Consumer Behavioral*. New Jersey: Pearson.
- Siska Eka dan Made Dwi. 2016. Analisis Pengaruh Elektronik Word of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Studi Kasus Gojek. *E-Proceeding of Management*. Vol.3, No.1. Progam Pascasarjana Universitas Telkom.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 11. Alfabeta: Bandung.
- Sunarto. 2009. *Manajemen Pemasaran 2*. Aditya Media. Yogyakarta.
- Taufansyah dan Taufi. 2017. E-WOM : Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Tamu Restoran di Bandung Utara. **Tourism and Hospitality Essentials (THE). Journal**, Vol 7 No. 1. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Themba, Godfrey and Mulala, Monica. 2013. Brand-Related eWOM and Its Effects on Purchase Decisions. An Empirical Study of University of Botswana Students: *International Journal of Business and Management*; Vol. 8, No. 8.
- Wattegama, W.G.E.J., Qing, P., Wayamba. 2014. Effect of eWOM on Buying Intention for a Crisis Product: A Theoretical Reflection. *Journal of Managementt*. Vol 5 No 2 pp. 37-47.
- _____, 2018. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Muria Kudus