

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Parama dan Ni Ketut Seminari. 2020. Pengaruh Brand Image Dalam Memediasi Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Pada Pengguna Traveloka. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9 No. 1. hal 22-31
- Agustinus Widyartono. 2020. Pengaruh Faktor-Faktor Di Dalam Trust Dan Perceived Value Terhadap E-Wom Pada Situs Belanja Online Di Kota Palembang. *Jurnal Modus*, Vol. 32 No. 1. hal 1-19
- Aida Sari, Dwi Asri Siti A, dan Mudji Rachmat Ramelan. 2020. The Medition Relationship Of Customer Satisfaction Between Service Quality And Repurchase Intention On E-Commerce In Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 13 No. 1. hlm 109-211
- Antoni Serra-Cantalops, José Ramon-Cardona and Fabiana Salvi. 2018. The Impact Of Positive Emotional Experiences On Ewom Generation And Loyalty. *Journal of Marketing – ESIC*, Vol. 22 No. 2. hal 1-15
- Arikunto, S. 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darke, P.R., & Chung. 2015. Effect of pricing and promotion on consumer perceptions: It dependen on how you frame it. *journal of Retailing*. Vol 8 No 1, 35-47
- Dewi, Dwi Fitriana, 2020. Analisis Strategi Pemasaran Perhotelan. *Jurnal Manajemen*. Vol 2 No 1 Hlm 39-48
- Djaali, H. 2016. *Psikologi Pendidikan. Edisi 1*. Cetakan 1. Jakarta: Bumi Aksara
- Ferdinand, Augusty. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2011). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Hakim, Arman dan Yudha Prasetyawan. 2011. *Perencanaan & Pengendendalian Produksi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hamdani, A dan Rambut Lupiyoadi. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Hurriyati, Ratih. 2011. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ika Suhartati Darmo. 2018. Pengaruh E-Service Quality Terhadap Purchase Intention Dengan E-Wom Dan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, Vol. 1 No. 2. hlm 21-29
- Indriantoro, Nur., Bambang Supomo, 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Irawan, H. 2011. *10 Prinsip Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Elex
- Jorge Matute.2016. The Influence Of EWOM Characteristics On Online Repurchase Intention: Mediating Roles Of Trust And Perceived Usefulness. *jurnal Online Information Review*, Vol. 40 No. 7. hal 112-120
- Karimah. (2018). Pengaruh iklan televisi dan harga terhadap keputusan pembelian sabun lux (survei pada pengunjung mega bekasi hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Jakarta. Vol 3,No. 1.
- Kotler, Philip & Amstrong, Geri. 2011. *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited. New Jersey.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 2. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Lupioyadi. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Moleong, L.J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2016). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Peter, J Paul dan Olson, Jerry C., *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi keempat, Erlangga
- Schiffman dan Kanuk. 2011. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK.
- Sekaran, Uma. 2016. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora. 2012. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Sri Rahmi Putri dan Rizki Amalia. 2018. Pengaruh e-WOM Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Situs Online Shopee.Id. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 3 No. 2 hlm 1-14
- Sugiharto. 2016. “Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Konsumen The Vinnette (House of Bovin and Lynette) Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2 No. 1 Hal. 1-14
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Swasta, Basu., Dharmesta dan Irawan. 2011. *ManajemenPemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tatik Suryani. 2016, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Tika Pabundu. 2011. *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta:PT BumiPustaka
- Tjiptono Fandy, Gregorius Candra dan Dadi Andriana. 2011. *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Zeki Atil Bulut. 2018. Examining The Role Of Two Aspects Of eWOM In Online Repurchase Intention: An Integrated TrustLoyalty Perspectiveyang, jurnal *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 17 No. 4. hal 229-231
- \_\_\_\_\_, 2018. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.