

## DAFTAR PUSTAKA

- Almana, Amal M., dan Abdulrahman A. Mirza.(2013). The Impact of Electronic word of Mouth on Consumers' Purchase Decisions. *International Journal of Computer Application*, Vol 82, No.9.
- Andini, Natasya Putri., Suharyono., & Sunarti. (2014) Pengaruh *Viral Marketing* Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 yang Melakukan Pembelian *Online* Melalui Media Sosial Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 11 No. 1 Juni 2014.
- Barry J., Yong-Ki Lee.,Eun-Ju Kim., & Mitch Griffin (2005). Modelling Consumer Satisfaction and Word of Mouth: Restaurant Patronage Korea. *Journal of Service Marketing*, Vol. 19, pp133-139.
- Budiwiyono (2009). *Word of Mouth Marketing (WOM)*. Diaksespada 25 September, 2015, dari <http://budiwiyono.com/2009/03/29/word-of-mouth-marketing-wom>.
- Cooper, Donald R., & Schindler, P.S. (2003).*Business Research Methods.International Edition*, 8th Edition, McGraw Hill/Irwin, New York.
- Dharmmesta, B.S., & Handoko, H.(2012), *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi pertama. Yogyakarta: PBF [Universitas Gadjah Mada](http://www.unm.ac.id).
- Dharmmesta, B.S., &Irawan (1990). *Manajemen Pemasaran Modern*.Edisi 2. Jakarta: Liberti.
- Harsasi, Meirani. (2006), “WOM dalam industri jasa: kaitannya dengan sikap dan memungkinkan membeli”, *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol.15.  
<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/konsumen-indonesia-mulai-menyukai-belanja-online.html>.
- Husaini, Usman.,dkk. 2003. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip.,& Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip.,& Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi 13. Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip.,& Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Nurhadi, Nando. ( 29Januari 2015). Data Jumlah Pengguna Media Sosial Per-Januari 2015. Pesan di post di (<https://nandonurhadi.wordpress.com/2015/01/29/data-jumlah-pengguna-media-sosial-per-januari-2015/>), diakses pada 4 September, 2015.

- P. Do-Hyung., &S.Kim.(2008). The Effect of consumer knowledge on message processing of electronic word-of-mouth via online consumer review.*Electronic Commerce Research Application*, pp 399-410.
- Peter, J.Paul.,& Olson, Jerry C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putra, Diyos. N.E (2014).Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Roti Gempol Dan Kopi Anjis. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*.
- Rosen, Emanuel. (2001). *The Anatomy of Buzz:How To Ceate Word-Of-Mouth Marketing*. 1st Ed, (New York:Double day, random House Inc.
- Schiffman, Leon, G., & Leslie Lazar Kanuk .(2008). *Consumer Behavior.Edisi Tujuh*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Sekaran, Uma. (2003). *Research Methods for Business*, 3rd Edition, John Wiley & Sons Inc, New York.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan dan Promosi*.Jakarta :Erlangga.
- Sugiyono.(2004). *Metode Penelitian Bisnis, Cetakan keenam*. Bandung: CV.Afabeta
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta. Darmadi
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. 1st ed. CV. Andi Offset (Penerbit Andi). Yogyakarta
- Suliyanto.(2009). *Metode Riset Bisnis.Edisi kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Sumardi.,Silviana, Marlin., &Melone, Melina. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: GramediaPustakaUtama.
- Survey pengguna internet di Indonesia tahun 2014.Diakses pada 4 september, 2015, dari [www.Puskakom.or.id](http://www.Puskakom.or.id)
- T.Hennig-Thurrau., K.p. Gwinner, G. Walsh., & D.D. Gremler. (2004). Electronic Word of Mouth via consumer-opinion platforms: What Motivates consumers to articulate themselves on the internet?..*Journal of Interactive Marketing*, pp 38-52.
- Walker, L. Jean Harrison. (2001).The Measurement of Word-of-Mouth Communication and an Investigation of Service Quality and Customer Commitment as Potential Antecedents. *Journal of Service Research*, Volume 4, No. 1, August 2001 60-75.
- Word of Mouth Marketing* .(2012). Diaksespada 4 September, 2015, from <http://justsiopinion.blogspot.co.id/2012/09/word-of-mouth-marketing-pemasaran-dari.html>.