

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D. (2011). Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*. Vol. 3, No. 3, November 2011.
- Ardyanto. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.petersaysdenim.com). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 22, No. 1, Mei 2015.
- Astuti, S. W. & Cahyadi, I.G. (2007). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Majalah Ekonomi*. Vol. XVII, No. 2. Agustus 2007.
- Bataineh, A.Q. (2015) The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 7, No.1, 126-137.
- Chan, Y & Ngai. (2011). Conceptualizing electronic word of mouth activity An input-process-output perspective. *Marketing Intelligence and Planning*. Vol, 29, No. 5, Mei, hlm. 488 - 516
- Cheung, E. A. (2008). The impact of electronic word-of-mouth: The adoption of online opinions in online customer communities. *Internet Research*, 18(3), 229-247. <http://dx.doi.org/10.1108/10662240810883290>.
- Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Thadani, D. R. (2009). The Impact of Positive Electronic Word-of-Mouth on Consumer Online Purchasing Decision.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sarana.
- Evawati. (2012). Kualitas Produk dan Citra Merek (Brand Image) Mc Donald: Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, Jilid 1, Nomor 2, November 2012. hlm. 184-191. Universitas Mercu Buana.
- Ferdinand, A. (2005). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goldsmith, R.E & Horowitz, D. (2006). Measuring motivations for online opinion seeking, *Journal of Interactive Advertising*, 6(2), 3-14.

- Hartono, J. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi Kelima. Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE
- Hasibuan, M. S. P. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Jalilvand, M. R. & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention, *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 30, No. 4, Januari, hlm. 460 - 476.
- Jotopurnomo, S., Laurensia, S., & Samuel, H. (2013). Pengaruh Harga, Brand Image, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Reservasi Hotel Secara Online. *Jurnal Manajemen Universitas Kristen Petra*. Vol. 3, No. 2.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2012) . *Principles Of Marketing, Global Edition*. 14 Edition. Pearson Education.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. 14th Global Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kozinets, R., de Valck, K., Wojnicki, A., & Wilner, S. (2010). Networked Narratives: Understanding Word-of-Mouth Marketing in Online Communities. *Journal of Marketing*. 74 (2), 71-89.
- Lee, J., & Lee, J. N. (2009). Understanding the product information inference process in electronic word-of-mouth: An objectivity-subjectivity dichotomy perspective. *Information & Management*, 46(5), 302. <http://dx.doi.org/10.1016/j.im.2009.05.004>.
- Lee, J., Park, D. H., & Han, I. (2008). The effect of negative online customer reviews on product attitude: An information processing view. *Electronic Commerce Research and Applications*. 7(3), 341-352.
- Mahendrayasa, A. C., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. (Survei pada Mahasiswa Pengguna Kartu Selular GSM “IM3” Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 12, No. 1 Juli 2014.

- Majid, N. (2014). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Minat Beli Smartphone Samsung di Kota Malang.
- Mangkunegara, A.P. (2009). *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi, Cetakan Keempat. Bandung: Refika Aditama.
- Nujulia. (2013). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Pasta Gigi Pepsodent (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat. *Jurnal Mahasiswa Pendidikan Ekonomi*. Vol. 2, No. 2.
- Putri, L. E. D. & Prabowo, F. S. A. (2015). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Purchase Intention (Studi kasus pada Go-Jek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis*. Universitas Telkom.
- Rachmalika, B. R. L., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-of-Mouth dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Hakata Ikkousha Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 25, No. 1 Agustus 2015.
- Rangkuti, F. (2004). *The Power of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indoneisa*. Vol. 3, No. 1, hlm. 1-17.
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 14, No 02, hlm.135-143.
- Santoso, S. (2014). *Panduan Lengkap SPSS versi 20*. Edisi Revisi. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sari, H. P. (2014). Pengaruh Elektronik Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Manajemen*. ISSN1693-7910. Vol. 11, No. 2, April 2014.
- Semuel, H. & Lianto, A. S. (2014) Analisis eWOM, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli produk Smartphone di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014. ISSN 1907-235X.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.

- Sher, P. J., & Lee, S. H. (2009). Customer skepticism and online reviews: An elaboration likelihood model perspective. *Social Behavior and Personality*, 37(1), 137-144.
- Sinay, S. O. (2015). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Sikap dan Niat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol. 3, No. 2.
- Siswanto, W. & Rumambi, L. J. (2013). Dampak Environmental Advertising Melalui Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Produk Elektronik AC Inverter Panasonic pada Calon Konsumen di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, No. 1, hlm.1-11.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan Ke-4. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Edisi II. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunjoyo et al. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academy Publishing Service).
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management and Strategy*. Edisi satu. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Torlak, O., Ozkara, B. Y., Tiltay, M. A., Cengiz, H., & Dulger, M. F. (2014). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Application Concerning Cell Phone Brands for Youth Consumers in Turkey. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, Vol. 8(2), 2014.
- <https://id.techinasia.com/survei-website-ecommerce-populer-indonesia>, diakses tanggal 1 Maret 2016.
- <http://blog.lazada.co.id/mengulik-sejarah-jejak-perjalanan-lazada-indonesia/>, diakses tanggal 3 Maret 2016.