

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. (2013). Konsumen Indonesia Kurang Berminat BlackBerry Z10 & Q10, 24 Juli 2013 diakses dari <http://techno.okezone.com/read/2013/07/24/57/841654/konsumen-indonesia-kurang-berminat-blackberry-z10-q10> pada tanggal 30 Agustus 2013
- Amstrong, J. Scott. (2000). Sales Forecast For Existing Consumer Products and Services: Do Purchase Intentions Contribute to Accuracy?. The Wharton School, University of Pennsylvania, Philadelphia.
- Andriyanto, R.D. (2010). Analisis Pengaruh Internet Marketing terhadap Pembentukan *Word of Mouth* dan *Brand Awareness* untuk Memunculkan *Intention to Buy*. Jurnal Manajemen Teknologi, 9 (1), hal. 21-35.
- Arta, A. (2010). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertimbangan Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Mobil Di Jakarta. Skripsi Sarjana Manajemen, Program Sarjana Universitas Bina Nusantara, Jakarta.
- Assael, H. (1995). Consumer Behaviour and Marketing Action. Boston : Kent Publishing.
- Batubara, Aschari. (2010). Pengaruh Komunikasi Lisan Dari Mulut Ke Mulut (*Word of Mouth*) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merdeka Arcade FO Bandung. Skripsi Sarjana Manajemen, Program Sarjana Universitas Komputer Indonesia, Bandung.
- Borden, N.H. (1984). The Concept of The Marketing Mix. *Journal of Advertising Research*, II, September, hal.7-12.
- Boyd, W, Walker, O, Larreche, J. (2002). Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Buttle, A.F. (1998). Word of Mouth: Understanding and Managing Referral Marketing. *Journal of Strategic Marketing*, 6, 241254.
- Chung, J. (2011). Electronic Word of Mouth (eWOM) Messages and Sporting Goods: Investing The Effects of eWOM Messages on Purchase Intention and Credibility. 19th Conference of the European Association for Sport Management. Indiana University – Bloomington.
- Dwityanti, E. (2008). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri (Studi Kasus Pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta). Tesis Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- Engel, J, Miniard, P, Blackwell, R. (2001). *Consumer Behavior*. Ed 9. Ohio : South-Western.

- Fan & Miao. (2012). Effect of Electronic Word of Mouth on Consumer Purchase Intention : The Perspective of Gender Differences. *International Journal of Electronic Business Management*, Vol. 10, No. 3, pp. 175-181 (2012)
- Farizki, D. (2011). Analisis Pengaruh Program Promosi, Persepsi Merek, Motivasi Konsumen, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Di Kota Semarang. Skripsi Sarjana Manajemen, Program Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit : Universitas Diponegoro. Semarang.
- Haryanto, J.O. (2009). Pengaruh Upaya Ekstra dalam Meningkatkan Intensi Membeli Konsumen. *Jurnal Bunga Rampai Perilaku Konsumen*, 1 (8) : 191-208
- Heryandi, S.R. (2013). Pengaruh Celebrity Endorser dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey pada Konsumen IM3 di Bandung Electronic Centre). Skripsi Sarjana Manajemen, Program Sarjana Universitas Pasundan, Bandung.
- Hoskins, J. (2007). Word of Mouth Research: Principals & Applications. Additional Learning from the *Journal of Advertising Research*, 26 September 2007.
- Howkins, Best, Coney. (2007). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. USA, Boston : Mc Graw-Hill.
- Irawan, Handi. (2012). Karakter dan Perilaku Khas Konsumen Indonesia, 1 Maret 2012 diakses dari <http://www.marketing.co.id/karakter-dan-perilaku-khas-konsumen-indonesia/> pada tanggal 8 September 1013.
- Jeddi, N. (2010). The Impact of Label Perception on the Consumer's Purchase Intention: An Application on food products. *IBIMA Business Review*, Vol. 2010, Article ID 476659.
- Jogiyanto. (2007). Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. BPFE. Yogyakarta.
- Kartajaya, H.(2004). *Marketing In Venus*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasih, Citra. (2010). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Deodoran Rexona *Teens* Pada Siswi SMA Negeri 10 Pekanbaru. Artikel Pemasaran, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau, Riau.
- Khoisiyah, N. (2013). Gambaran Respon Psikologis Remaja yang Mendapat Labeling di SMK Perdana Kota Semarang. Skripsi, Program Studi Sarjana Keperawatan Fakultas Ilmu Keperawatan dan Kesehatan Universitas Muhammadiyah Semarang, Semarang.

- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, P & Keller, K.L.(2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P & Armstrong, P. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : PT Indeks.
- Kumala, B.O. (2012). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotel Kuta-Bali. Skripsi Sarjana Manajemen, Program Sarjana Universitas Indonesia, Depok.
- Lo, Yin-Hsi. (2012). Does Word-of-Mouth Effect Really Matter? The Case of Chinese Tourist Travel Experience in Taiwan. *The Journal of International Management Studies*, Volume 7, Number 2, October, 2012.
- Madahi, A. (2012). The Effect of External Factors on Purchase Intention amongst Young Generation in Malaysia. *International Business Research*, Vol. 5, No. 8, 2012.
- Magdalena, N. (2005). Analisis Pengaruh Situasi, Produk, Individu Pada Perilaku Membeli dan Mengonsumsi Makanan Ringan. Tesis Magister Manajemen, Program Studi Sarjana S-2 Manajemen, Universitas Gajah Mada.
- Mardiastika, E. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, efek Komunitas, dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Menonton dan Implikasinya Terhadap Minat Menonton (Studi Kasus Pada Penonton Bioskop E-Plaza Semarang Mahasiswa FEB UNDIP). Skripsi Ekonomika dan Bisnis, Program Sarjana Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Meldarianda, R. (2010). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Resort Cafe Atmosphere* Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 17 (2), hal. 97-108.
- Meulen & Rivera. (2013). Gartner Says Smartphone Sales Grew 46.5 Percent in Second Quarter of 2013 and Exceeded Feature Phone Sales for First Time, 14 Agustus 2013 diakses pada <http://www.gartner.com/newsroom/id/2573415> pada tanggal 30 Agustus 2013.
- Praswati, A.N. (2009). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Komunikasi Word of Mouth Terhadap Minat Guna Jasa Ulang (Studi Kasus pada PT Nasmoco di Semarang). Tesis Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- Prayogi, G. (2013). BlackBerry Riwayatmu Kini, 21 Agustus 2013 diakses dari <http://techno.okezone.com/read/2013/08/20/57/852494/blackberry-riwayatmu-kini> pada tanggal 30 Agustus 2013

- Saladin, D.(2006). Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian. Bandung : Linda Karya.
- Sastradipoera, K.(2003). Menejemen Marketing : Suatu Pendekatan Ramuan Marketing. Bandung : KAPPA-SIGMA.
- Schiffman & Kanuk. (2004). Perilaku Konsumen (edisi 7). Jakarta : Prentice Hall.
- Sekaran, Uma. (2006). Metode Penelitian Untuk Bisnis. Ed 4. Jakarta : Salemba Empat.
- Setiadi, J.N. (2005) Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta : Prenada Media.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta. Bandung.
- Suliyanto. (2006). Metode Riset Bisnis. 1st ed. CV. Andi Offset (Penerbit Andi). Yogyakarta.
- Sunjoyo., Setawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., dan Kurniawan, A. (2013). Aplikasi SPSS untuk SMART Riset. Alfabeta. Bandung.
- Suryani, T. (2008). Perilaku Konsumen : Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sutisna. (2002). Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tucker, T. (2011). Online word of mouth: Characteristics of Yelp.com reviews. *The Elon journal of undergraduate research in communications*, 2(1).37-42.
- Umar, Husein. (1999). Metode Penelitian: Aplikasi Dalam Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, Indra. (2011). Pengaruh WOM (*Word of Mouth*) Terhadap persepsi Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan. Tesis Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Bina Nusantara, Jakarta.
- Xiaofen, J. & Yiling, Z. (2009). The Impact of Online Word of mouth on Consumer's Buying Intention on Apparel: An Empirical Study. *International Symposium*. h.24-28. Hangzhou: Zhejiang Sci-tech University.
- Yuliana, Eka. (2011). *Influence of Word of Mouth Communication Towards Indonesian Online Shopper Purchase Intention*. Thesis Manajemen, Program Magister School of Business and Management Institut Teknologi Bandung, Bandung.