

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, K. Y., & Wardana, I. M. (2017). Peran Brand Equity Dalam Memediasi Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase intention. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6 (2), 830-856.
- Andriyanto, R., d. & Haryanto, J., O. (2010). Jurnal Pengaruh Internet Marketig terhadap Pembentukan *Word of Mouth* dan *Brand Awarness* untuk Memunculkan *Intentiontto Buy*. *Jurnal Manajemen Teknologi* . 9 (1), 20 -35.
- Akbar, M., Fourqoniah, F., & Arie, A. (2019). Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Kedai Kopi ADING Balikpapan. *e-journal Administrasi Bisnis*, 7 (4), 1- 11.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator- Modiator Variabel Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Consideration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6), 1173.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2012). *Advertising and Promotion: An Intregated Marketing Communication Perspective*. Global Edition. New York: McGraw-Hill.
- Belch, E. D., & Belch, A. D. (2019). *Advertising and Promotion*. New York: McGraw-Hill Education.
- Cahyanti, N.D. 2018. PengaruhProduk, Iklandan*Word of Mouth*terhadapKeputusanPembelian Laptop Acer (StudipadaMahasiswa STIE Putra BangsaKebumen). *Lib STIE Putra Bangsa* :1-16.
- Damerianta, S., & Mujiyana. (2009). Pengaruh Penerapan Periklanan Di Internet dan Pemasaran Melalui E-mail terhadap Pemrosesan Informasi dan Keputusan Pembelian Oleh Konsumen. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*.
- Dehghani, M., Niaki, M. K., Ramezani, I., & Sali, R. (2016). Evaluating the Influence of Youtube Advertising for Attraction of Young Customers. *Computers in Human Behavior*, 59, 165-172.
- Dzian, M., Miroslava, T., Vladislav, K., & Mikulas, S. (2015). The Analysis of WOM in Slovak Republic and Impact of WOM on Consumers' Purchasing Decision. *Procedia Economics and Finance*, 26, 975- 981.
- Fingalsson, L., & S, K. P. S. (2015). *Attitude is Everything*. (Thesis).
- Hair, J. F. (2006). *Multivariate Data Analysis* New Jersey: Pearson International.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari mulut ke mulut Word Of Mouth Marketing*. Yogyakarta: MEDPRESS.
- Henricks, M. (1998). Spread the Word. *Entrepreneur*, 26 (2), 120-125.
- Herdiansyah, J. (2012). Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC *Jurnal STIE SEMARANG*, 4 (2), 53-73.
- jeffkins, F. (1995). *Public Relation*. Edisi Ke 5. Jakarta: Erlangga.
- Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Plologia*, 4 (1), 75- 81.
- Kaser,K. (2013). *Advertising and Sales Promotion*. OH, Mason: Cengage Learning
- Kotler, P., Bowen, & Makens, J. (2003). *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan, Edisi Kedua*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas Jidil I dan II* Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Tiga Belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th edition*. New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- Kotler, P., & Kevin, K. K. (2016). *Marketing Manajemen, Edisi 15*. United States Pearson Education.
- Lamb, C. 2001. *Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Moldovan, S., & Lehmann, D. (2010). The Effect of Advertising on Word of Mouth. *Advances in Consumer Research*, 37, 118-121.

- Nurgiyantoro, S. (2014). *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media terhadap Keputusan Pembelian Garskin yang Dimediasi Word Of Mouth Marketing* (Skripsi), Universitas Yogyakarta, Yogyakarta.
- Neuman, W.L.(2013). *Metodologi penelitian sosial:pendekatan kualitatif dan kuantitatif* (7th ed). Jakarta: PT Indeks.
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. Pengaruh Promosi di Media Sosial dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pad Kedai Bontacos, Jombang). *Komunikasi*, 10 (2), 145-160.
- Panwar, J., & Agnihotri, M. (2006). Advertising Message Processing Amongst Urban Children. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 18 (4), 303-327.
- Paputungan, P. R., Soegoto, A. S., & Roring, F. (2018). Pengaruh Promosi dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di Oriflame Manado. *Jurnal EMBA*, 6 (4), 3703- 3712.
- Prakoso, A., Arifin, Z., & Sunarti. (2016). Pengaruh Social Media Advertising terhadap Word Of Mouth dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Cafe Mochimaco Malang yang Menggunakan Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 41 (1), 25- 31.
- Prasetyo, B., & Hidayat, T. (2019). Pengaruh Promosi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk XYZ Donut. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, 4 (1), 937-952.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rachmawati, A. K., & Taurina, D. (2011). Analisis Pengaruh Advertising Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Image Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian.
- Rahayu, P., & Edward, M. (2014). Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartfren Andromax. *e-journal UNESA*, 1- 14.
- Ruhamak, M. D. (2016). Pengaruh *Word of Mouth* terhadap *Purchase Intention* Melalui Brand Image pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris *Dynamic English Course Pare*. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1 (2), 188- 204.
- Sahetapy, J. P. (2013). Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. *Jurnal Manajemen.*, 1 (3), 411-420.
- Sani, A., & Maharani, V. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuisisioner dan Analisis Data)*. Malang: UIN MALIKI Press.
- Sari, & Astuti, S. R. (2012). nalisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Communication terhadap Keputusan Pembelian Mebel pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang. *Diponegoro journal of management Science*, 1 (1), 1- 13.
- Schiffman, & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen. Zulkifli Kasip (alih bahasa) Edisi Ketujuh*. Jakarta: Penerbit PT. Indexs.
- Siregar, S. (2018). Pengaruh Iklan Media Cetak dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung pada *Fitness Center Argon* Di Kota Bekasi. *Value Journal of Management and Business*, 2 (2), 292- 301.
- Sobel, M. E. (1982). *symptotic Confidence Intervals For Indirect Iffect In Structural Equation Models*. In S. Leinhardt (Ed.), *Sociological Methodology 1982* (pp. 290-312). Washington DC: American Sociological Association.
- Soewito, Y. (2013). Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian.
- Sohibsanam. (2015). 15 Aplikasi Sosial Media Terbaru Terpopuler tahun 2020.
- Solimun, M. S. (2002). *Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos*. Malang: Fakultas MIPA Universitas Brawijaya.
- Subhash, C. J. (2007). *Essentials of Global Marketing*. USA: South-Western College Publishin.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality dan Satisfaction*. Jakarta: Andi Publisher.

- Voyer, P. A., & Ranaweera, C. (2014). The impact of word of mouth on service purchase decisions Examining Risk and the Interaction of Tie Strength and Involvement *Journal of Service Theory and Practice*, 25(5), 636- 656. doi:10.1108/JSTP-04-2014-0070
- Werdiningsih, R. 2012. Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Proses Pembelian Produk House Of Adity. *Institute Manajemen Telkom*:1-16.
- Yunita, & Haryanto, J. O. (2012). Pengaruh Word of Mouth, Iklan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 11 (1), 75- 95.
- Yunita, D., Nazaruddin, A., & Nailis, W. (2019). Pengaruh Youtube Advertising terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 7 (1), 36- 46.
- Zakaria, R., Onsardi, & Subdrio. (2019). *Pengaruh Word Of Mouth dan Atribut Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Helm NHK Masyarakat Kecamatan Ulok Kupai*. Prodi Manajemen. Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Bengkulu.