

DAFTAR PUSTAKA

- AA Laksmi, F Oktafani , 2016 Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* Terhadap Minat Beli *Followers* Instagram Pada Warunk Upnormal - Jurnal Computech & Bisnis
- Anggitasari, Annisa Mayga. 2016. Pengaruh Ewom Terhadap *Brand Image* Dan *Brand Trust*, Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk *Smartphone* Iphone (Studi Pada Masyarakat Di Yogyakarta). Yogyakarta
- Annafik, Aldaan Faikar. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang).(Skripsi-S1). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Arientin Twinarutami, 2013 Pengaruh *Electronic Word of Mouth (EWOM)* terhadap Kepercayaan Merek Pada Media Sosial di Kalangan Mahasiswi (studi pada produk *body lotion nivea*) Fisip-UI
- Arjun Chaudhuri; Morris B Holbrook, “*The Chain of Effect from Brand Trust and Brand Effect to brand performance : The Role of Brand Loyalty*”. *Journal of Market Focused Management*, 2001
- Bambauer-Sachse, S., Mangold, S.(2011). *Brand Equity Dilution through Negative Online Word-of-Mouth Communication. Journal of Retailing and Consumer Services*, 38-45.
- Bilson, Simamora. 2011. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Chan, Y dan Ngai, 2011, *Conceptualising electronic word of mouth activity An input-process-output perspective, Marketing Intelegence and Planning*, Vol 29/No 5, Mei, hal 488 -516.
- Charo, N., Sharma, P., Shaikh, S., Haseeb, A., dan Sufya, M. Z. 2015. *Determining the Impact of E-wom on Brand Image and Purchase Intention through Adoption of Online Opinions*. 3(1).
- David Saputra, (2016) Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Intention Smartphone* merek Apple Iphone di Bandar Lampung program pasca sarjana magister manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Lampung

- Delgado, E., Muneura, J.L. and Yague, MJ. 2003. *Development Anda Validation Brand Trust Scale, International Journal Of Market Research*, Vol 45 No. 1, pp. 35-54.
- East, R., Hammond, K., & Lomax, W. (2008). *Measuring the impact of positive and negative word of mouth on brand purchase probability. International Journal of Research in Marketing*. 25(3), 215-224.
- Ferdinand, Augusty. 2005. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall
- Henning-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G. & Gremler, D. D, 2004. *Electronic word of mouth via consumer opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the internet. Journal of Interactive Marketing*, 18, 38-52
- Herdani, Rosaristya Ayu dan Sunaryo. 2016. Pengaruh *Word Of Mouth, Brand Image, Serta Trust Terhadap Minat Pembelian Produk Prudential Life Assurance Di Kota Malang. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Brawijaya*, 2 (4), hal.1-7.
- Jalilvand, M. R. dan Samiei, N. (2012), "*The Effect of Electronic Word of Mouth On Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30 Iss: 4 pp. 460 – 476.
- Jansen, Bernard J., Mimi Zhang, Kate Sobel, dan Abdur Chowdury, 2009, *Twitter Power: Tweets as Electronic Word of Mouth, Journal Of The American Society For Information Science And Technology*, 60(11):2169–2188, 2009
- Kania, M, 2013, Pengaruh *Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Testimonial Di Thread (Lapak) Forum Jual Beli Kaskus)*, Skripsi, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Universitas Indonesia, Depok.
- Karmela, L. dan Junaedi, J. 2009. "Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Kosumen pada Toserba Griya Kuningan". *Equilibrium*, 5(9).
- Kotler Philip, Dan Gary Amstrong. (2012). *Principles Of marketing, Global Edition, 14 Edition*, Pearson Education.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Jakarta: PT Indeks

- Kotler, Philip; Bowen, John; Makens, James (1999). *Marketing for hospitality and Tourism*. 2nd ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Lau, Geok Theng and Sook Han Lee. (1999). *Consumer Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. Journal of Market Focused Management*. 4.
- Lee, J., Park, D. H. & Han, I. (2008). *The effect of negative online consumer reviews on product attitude: An information processing view. Electronic Commerce Research and Applications*, 7(3), 341-352.
- Liriswati, Anita dan Albari. 2004. Analisis Minat Beli Konsumen Sabun Cair Lux, Biore, Lifebuoy di Kotamadya Yogyakarta Ditinjau dari Pengaruh Sikapnya Setelah Melihat Iklan di Televisi dan Norma Subyektif, Yogyakarta.
- Majid, Nurkholish. (2014). Analisis Pengaruh *Electronic Word Mouth* terhadap *Brand Image* dan Dampaknya pada Minat Beli *Smartphone* Samsung di Kota Malang.
- Mohammad Tambrin, 2010, Pengaruh *Brand Image* Pelanggan Kartu Simpati Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura, Jurnal Studi Manajemen, Vol 4, No. 1, April 2010
- Mowen, John C dan Michael Minor. (Dwi Kartini, Penerjemah). 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi 5 jilid 1. Jakarta: PT. Erlangga.
- Mulyadi, Maria Margareta M, Leonardo Budi Hasiholan (2015), Analisis pengaruh iklan, kepercayaan merek dan kualitas produk terhadap minat beli (Studi pada Konsumen Mie Sedap di Pasar Pedurungan Kidul Semarang) *Journal of Management*. ISSN : 2502-7689
- Nugraha, Marza Riyandika. (2013). Analisa Pengaruh *Electronic Word-Of-Mouth, Argument Quality, Message Source Credibility* Terhadap Citra merek dan Dampaknya pada *Purchase Intention*. Skripsi Universitas Bina Nusantara
- Nugroho, Dwi Prasetyo (2016) analisis pengaruh *Ewom*, Citra Merek, Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, UMY Jogjakarta
- Pahlawan, Reza Octa, 2012. "Pengaruh *Trust In Brand Image* Terhadap Loyalitas (Studi Kasus Pada Konsumen Air Minum Aqua Di Kecamatan Cibinong, Bogor)", FEB UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta,.
- Paludi, Salman, 2016. Analisis Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, Dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan. Tesis, MM IBN Jakarta
- Philip Kotler, 2005, Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta

- Putra, Algamar, 2017, Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada *Texas Chicken* Pekanbaru) jom fisip Vol.4 No. 1 – Februari 2017 Page 1, Universitas Riau
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizan, Muhammad., Dkk. 2012. Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Teh Botol Sosro Survei Konsumen Teh Botol Sosro Di *Food Court* ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.3(1), 1-17.
- Samuel, Hatane dan Lianto, Adi Suryanata. (2014). Pengaruh Analisis eWOM, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya. *Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya*. Vol. 8. No. 2.
- Schiffman, L.G dan Kanuk, Lesley L, 2007. *Consumer Behavior*, New Jersey: *Perason Prestice Hall*.
- Suliyanto, 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi. Yogyakarta.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wardiyastuti, Devita. (2017). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli Konsumen melalui *Brand Image* (studi pada *followers* instagram wedanganradjiman sebagai calon konsumen)
- Winardi. 1991. *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Bandung : Mandar Maju
- Z, Syafaruddin; Suharyono; Kumadji, Srikandi. (2016). “Pengaruh Komunikasi *Electronic Word of Mouth* terhadap Kepercayaan (*Trust*) dan Niat Beli (*Purchase Intention*) serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 3 No.1