

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitaziling on the Value of a Brand Name*, New York: The Free Press
- Aaker. David A, (2000). “*Manajemen Ekuitas Merek*”, Spektrum
- A.C. Nielsen. (2007). *Survey of Consumer Behaviour and Perception Toward Modern Retail and Traditional Trade Channel*. Jakarta: Departemen Perdagangan Indonesia.
- Adriyati, Rosmaya & Indriyani, Farida. (2017). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Merek dan Minat Beli pada Produk Kosmetik Wardah*. Vol. 6, No. 4 Tahun 2017. Hal. 1-14.
- Al Farisi, Salman. (2017). “*Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Smartphone Asus (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013-2016)*”
- Amstrong, dan Kotler (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Anggitasari, Annisa Mayga. (2016). *Pengaruh Ewom Terhadap Brand Image Dan Brand Tust Serta Dampak Pada Minat Beli Produk Smartphone Iphone*. Vol. 5, No. 3. 2016. Hal 10-15.
- Arnould, E, Price, L, Zinkan, G. (2005). *Consumers 2nd ed*. Singapore : Mc.Graw–Hill/Irwin
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Batra, R., & Horner, P. M. (2004). *Journal of Conumer Psychology. The Situational Impact of Brand Image Belief*, Hal. 218-330.

- Chevalier, J.A. & Mayzlin, D. (2006). *The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Book Reviews. Journal of Marketing Research*. Vol.43 No.3, Pp.345-354.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gadhafi, Mohamad. (2015). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Pada Produk Laptop Acer Di Surabaya*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas
- Geladi, Paul & Bruce R. Kowalski.1986. *Partial Least Square Regression: A Tutorial. Analytica Chimica Acta*. 185:1-17.
- Ghozali, Imam. 2011. *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ha, J., Jang, S.S., (2010). *Effects of service quality and food quality: the moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment. International Journal of Hospitality Management* 29 (3), 520–529.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut Ke Mulut Words of Mouth Marketing*. Yogyakarta : Media Presindo.
- Hennig- Thureau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, and Dwayne D. Gremler. (2004). *Electronic Word-Of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet? Journal of Interactive Marketing*, 18 (1): 38-52.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jalilvand, Mohammad Reza dan Neda Samiei. (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.
- Januar, Al Fajri. (2016). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen*. Vol.3, No. 2 Oktober 2016. Hal. 1-11.

- Kartajaya, Hermawan & Setiawan, Iwan. (2015). *Wow Marketing*. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, Kevin Lane. (1998). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Keller, L. (1993). *How to Manage Brand Equity*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kinney, Thomas C, Dan Taylor, James R., (1995). *Riset Pemasaran*, Edisi Tiga, Jakarta: Erlangga.
- Knapp, Duane E. (2001). *The Brand Mindset*. McGraw Hill Companies Inc.
- Kolah, Ardi. (2016) *Guru In A Bottle: Pemasaran Berdampak Tinggi yang Memberikan Hasil*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, (2000). *Marketing Management*. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.
- Kotler, Philip (2004). *Marketing Management, The Millenium Edition*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.
- Majid Nurkholish. (2013). *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Minat Beli Smartphone di Kota Malang*. Vol. 2, No.2 2014. Hal. 1-13.
- Prabowo, Indra Jaya Krisna Gede. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli*. Skripsi. Program

Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

- Samuel, Hatane & Lianto, Adi Suryanata. (2014). *Analisis Ewom, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya*. Vol. 8, No. 2 Oktober 2014. Hal. 47-54.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Saputro, Aris Kuncoro. (2016). *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat*. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Setiadi, N.J. (2003). *Prilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Bogor: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Stanton, William, J., (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid Ketujuh*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Suliyastri, Ikanita Novirina. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*
- Thomas C, Dan Taylor, James R., (1995). *Riset Pemasaran, Edisi Tiga, Jakarta: Erlangga*.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (2005). *Marketing Scales*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. (2005). *Total Quality*

Manajemen. Yogyakarta: Andi.

Webster, Frederick E. and Kevin Lane Keller. (2004). *A Roadmap for Branding in Industrial Markets*. *Brand Management*. Vol. 11, No. 5, 388–402.