

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan ke-1). Jakarta:PT Rajagrafindo Persada
- Adeliasari, Ivana, V., dan Thio, S. (2014). Electronic Word of Mouth (eWOM) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya.
- Almana, A. M. dan Mirza, A. A. (2013).The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers' Purchasing Decision. *International Journal of Computer Applications* (0975-08887).
- Aziz, K. (2015) Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli pada Konsumen Warunk Upnormal.
- Chang, Lung Yu., Lee, Yu-Je,. (2012). The Influence of E- Word Of Mouth on the Costumer's Purchase Decision: *a case of Body Care Products.Journal Global of Bussines Management. ISSN 1817-3819.*
- Chinomona, R. (2013). The Impact of Product Quality on Perceived Value, Trust and Students Intention to Purchase Electronic Gadgets. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(14).
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa
- Ekawati, M., Kumadji, S., dan Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Pengetahuan Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 14. No. 2.*
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Jakarta: PT Buku Seru
- Hasan, Ali (2013). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS
- Indrawati.(2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung : PT Refika Aditama.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2012). *Marketing Management* (14<sup>th</sup> ed.). England: Person Education Limited.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2014). *Principles of Marketing* (15<sup>th</sup> ed.). England: Person Education Limited.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Marketing Management* (15<sup>th</sup> edition).Harlow : Pearson Education Limited
- Lin, C., Wu, Y. S., dan Chen, J. C. V. (2013). Electronic Word of Mouth: The Moderating Roles of Product Involvement and Brand Image. *Technology Innovation and Industrial Management*.
- Mahendrayasa, A. C., Kumadji, S., dan 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.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen-dalam Perspektif Kewirausahaan* (Cetakan Kesatu). Bandung: Alfabeta.
- Purbarani, Meitasari. (2013). *Pengaruh Komunikasi Word Of Mouth Smartpone Blackberry Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi Program Studi Manajemen Universitas Pasundan: Tidak Diterbitkan
- Purwanto dan Sulistyastuti (2011), *Metode Penelitian Kuantitatif untuk administrasi publik dan masalah-masalah sosial*, (Yogyakarta: Gava Media).
- Prasetijo, R. dan Ihalauw, J. J. O. I. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rehman, F., Nawaq, T., Khan, A., dan Hyder, S. (2014). How Advertising Affect The Buying Behavior of Consumer in Rural Areas: A Case of Pakistan, *Academic Research International*, 5(4).
- Riduwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.

- Sari, V. M. (2012). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) di Social Media Twitter terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Restoran Holycowsteak)*. Depok: Universitas Indonesia.
- Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat
- Sarwono, Jonathan dan Martadiredja, Tutty. (2008). *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2007. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Buku 1, Edisi 4)*. Jakarta : Salemba Empat
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2013), *Research Methods For Business (6<sup>th</sup> edition)*. West Sussex : John Wiley & Sons Ltd
- Sinay, S. O. (2015). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Sikap dan Niat Beli Konsumen pada Produk The Body Shop dalam Forum Female Daily.
- Siregar, Syofian. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Sirkin, Mark (2006), *Statistics for The social Sciences*, Sage Publication Inc.
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Cetakan ke12). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta; Graha Ilmu.
- Themba, G. dan Mulala, M. (2013). Brand-Related eWOM and Its Effect on Purchase Decisions: An Empirical Study of University of Botswana Students. *International Journal of Business and Management; Vol. 8, No. 8*.

- Werther, William B dan Keith Davis.(2010) *“Human Resource and Personal Management”*. NewYork: Mc-GraHill, Fift Edition
- Widyoko, Eko Putro. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wijaya, T. dan Paramita, E. L. (2014). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR.
- Zikmund, G. W dan Babin. B. J. (2013), *Menjelajahi Riset Pemasaran*, 10thed, Jakarta: Penerbit Salemba Empat

**Internet:**

- APJII. (2015). Profil Pengguna Internet Indonesia 2014.<http://www.apji.or.id/content/read/39/27/PROFIL-PENGGUNA-INTERNET-INDONESIA-2014>. (diakses pada 4 Januari 2016)
- DuniaIndustri. 2015. *Pasar Industri Kosmetik Diestimasi Tumbuh 9% Jadi Rp 64,3 Triliun*. Didapat dari: <http://duniaindustri.com/pasar-industri-kosmetikdiestimasi-tumbuh-9-jadi-rp-643-triliun/> (diakses pada 4 Januari 2016)
- EtudeHouse. 2015. *All Products*. Didapat dari: <http://www.etudehouse.co.id/index.php/products#.VqiFAhh951M> (diakses pada 3 Januari 2016)
- Etude House. 2016. *Official Etude House Indonesia Twitter Account*. Didapat dari <https://twitter.com/etudehouseindo> (diakses pada 5 Januari 2016)
- EtudeHouseIndonesia. 2016. *Official Account of Etude House Indonesia*. Didapat dari [https://www.instagram.com/indonesia\\_etudehouse/?hl=id](https://www.instagram.com/indonesia_etudehouse/?hl=id) (diakses pada 5 Januari 2016)
- Etude Indonesia. 2016. *Perlengkapan Kosmetik dan Kecantikan*. Didapat dari: <https://www.facebook.com/etudeindonesia/timeline> (diakses pada 5 Januari 2016)

- Informasi Pengguna Media Sosial di Jawa Barat. <http://www.balebandung.com/2015-02-24/kabupaten-dan-kota-bandung-pengguna-medsos-terbesar-di-jabar> (diakses 17 Januari 2016).
- Kompas. 2015 . *Korean Wave Berhasil Promosikan Budaya Korea*. Didapat dari: <http://travel.kompas.com/read/2015/11/26/084100427/Korean.Wave.Berhasil.Promosikan.Budaya.Korea> (diakses pada 4 Januari 2016)
- Tartilah. 2014. *Strategi Etude House*. Didapat dari: (<http://mix.co.id/brand-insight/marketing-strategy/strategi-etude-house> (diakses pada 4 Januari 2016)
- TribunIndo. 2015. *Lifestyle*. Didapat dari: <http://tribunindo.com/category/lifestyle/page/6/> (diakses pada 21 Desember 2015)
- Wearesocial. 2014. *Social, Digital & Mobile Around The World (January 2014)* Didapat dari : <http://www.wearesocial.sg/tag/indonesia/>