

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba*. Fakultas Ekonomi. Jurusan Manajemen Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Almana, A. M. dan Abdulrahman, A. M. (2013). *The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers Purchasing Decisions*. International Journal of Computer Applications. Vol 82.
- Ananda, A. F. dan Harimukti Wandebori. (2016). *The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews by Beauty Vlogger on Youtube towards Purchase Intention by Undergraduate Students in Indonesia*. Journal International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science. School of Business and Mangement, Institut Teknologi Bandung
- Andy, Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking* (Revised Edition).
- A. Ardianti, dan W. Widiartanto, "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip)," Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, vol. 8, no. 2, pp. 55-66, Apr. 2019. Tersedia di: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/23656>
- Ari Setyaningrum. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. AndiOffset
- Babin, Barry. (2015). *Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea, The Journal Of Service Marketing*. Vol 19 No.3 hal 133 – 139New York : Kaplan Publishing.
- Chang, S.C., Chou, P.Y., dan Chien, L.Y.,. (2014). *Evaluation of satisfaction and repurchase intention in online food group-buying, using Taiwan as an example*. British Food Journal, 116 (1), 44-61
- Darmawan, Deni. (2014). *Metode Penelitian K10uantitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Filieri, R., (2014). *What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM*. Journal of Business Research, 68(6), pp.1261–1270. Tersedia di:

- 10.1016/j.jbusres.2014.11.006\nhttps://ejwl.idm.oclc.org/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=101922563&site=ehost-live\nhttp://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S014829631400349X
- Fure, H. (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan manajemen Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hennig-Thurau, T. et al., (2004). *Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?* *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), pp.38–52.
- Habibah, Ummu dan Sumiati. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, vol. 1, pp.31–48.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis (Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi)*. Bandung: Refika Aditama.
- Jansen, et al. (2009). *Twitter power: tweets as electronic word-of-mouth*. *Journal of The American Society for Information Science and Technology*, Vol 60
- Jogiyanto, dan Abdillah. (2015). *Partial Least Square (PLS) alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Khammash, M. (2008). *Electronic Word-of-Mouth: Antecedents of Reading Customer Reviews in On-line Opinion Platforms: A Quantitative Study From the UK Market*. ADIS International Conference
- Kotler, P dan G. Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan G. Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 2 Edisi 12*. Alih Bahasa: Bob Sabaran. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, P dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ketiga belas*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P dan Keller. (2012). *Marketing Management*, New Jersey
- Kotler, P dan G. Amstrong (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller. (2016). *Marketing Management. Edisi 15*. Pearson Education, Inc
- Kurniawan, Albert. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung : Alfabeta.
- Lee, Eun-Ju., Shin, S.Y. (2014). *When Do Consumers Buy Online Product Reviews? Effects of Review Quality, Product Type, and Reviewer's Photo*. *Computers in Human Behavior, Vol 31, PP. 356-366*. Didapatkan dari ScienceDirect.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, Harman. (2017). *Manajememn Pemasaran*. CV Alfabeta. Bandung.
- Mc Graw Hill, Sernovitz (2009). *Word Of Mouth Marketing*. Jakarta.
- Mo, Z. , Li, Y. and Fan, P. (2015). *Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior*. *Journal of Service Science and Management*, 8, 419-424.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Dwi Kartika Yahya. Jakarta : Erlangga.
- Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Peter, P. J. dan Olson, J. P. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih Bahasa: Diah Tantri Dwiandani. Jilid 1 Ed. 9. Jakarta
- Prawoto, Agus T. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sangadji, E.M., Supiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi.
- Sarwono, Jonathan. (2013). *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: CV Andi.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition*. New Jersey: Wiley.
- Siregar, Syofian. (2010). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian : Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17, Edisi Pertama*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

- Sujarweni, V Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sutanto, Monica Adhelia dan Atik Aprianingsih. (2016). *The Effect of Online Consumer Review toward Purchase Intention: A Study in Premium Cosmetic in Indonesia*. Journal International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rusdakarya
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Tambunan, Krystia dan Ibnu Widiyanto (2012). Analisis Pengaruh citra merek, Persepsi kualitas, dan harga Terhadap keputusan pembelian Bandeng presto. Diponegoro Journal Of Manajemen Vol.1(2)58-66.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran, Edisi ke dua*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. (2012). *Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, Hingga E-Marketing*. Yogyakarta: CV Andi.
- Waldt, DLR Van Der; M. Van Loggerenberg dan LWehmeyer. (2009). *Celebrity Endorsement Versus Created Spokespersons in Advertising: A Survey Among Students*. South African Journal of Economic and Management Sciences. University of Pretoria.
- Yasmin, A., Tasneem, S. dan Fatema, K., (2015). *Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study*. International Journal of Management Science and Business Administration Vol, 1(2), pp.69–80. Tersedia di: <http://researchleap.com/category/international>.