

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku

- Dimiyati dan Mudjiono*. 2002. Belajar dan Pembelajaran. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fill, Chris. (2009). *Marketing Communications: interactivity, communities and content* (5<sup>th</sup> ed.) Pearson Education, inc.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga.
- Hurriyati, Ratih (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Keller, Kevin Lane dan Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran, (Edisi Kedua belas Jilid 1)* Terj. Benyamin Molan. Jakarta : Indeks.
- Kartajaya, Hermawan. (2007). *Boosting Loyalty Marketing Performance*. Bandung : PT Mizan Pustaka
- Kitchen, Philip. J. dan Pelsmacker, Patrick. De. (2004). *Integrated Marketing Communication A Primer*. Newyork : Routledge
- Kolter, Philip, Keller, Kevin Lane. (2006). *Marketing Management* (12<sup>th</sup> ed.) New Jersey : Pearson Education, inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran. Jilid Satu, Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga*. Jakarta : Indeks.

- Kuncoro, Mudrajat. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Lovelock, Christopher. H dan Wright, Lauren. K. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Riduwan. (2011). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung : Alfabeta.
- Riduwan dan Kuncoro. (2011). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung : Alfabeta
- Schiffman, Lean, Leslie Lazar Kanuk. (2000). *Consumer Behavior, seventh edition. New jersey : Patience Hall International, Inc.*
- Sedarmayanti dan Hidayat (2002). *Metodologi Penelitian*. Bandung : Mandar Maju.
- Shimp, Terrence. A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and promotion* (8<sup>th</sup> d.). *South-Western Cengage Learning, USA.*
- Shimp, Terrence A. (2003). *Periklanan Promosi*. Alih Bahasa oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari. Jakarta : Erlangga.
- Sjahrial, Revyani dan Anikasari, Dyah (2003) [Periklanan promosi dan aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu 1](#). Jakarta : Erlangga.
- Smith , P. R dan Taylor, Jonathan. (2004). *Marketing Communication: An Integrated Approach* (4<sup>th</sup> d.). Kogan Page Publishers.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sumardi, Silviana, Marlin dan Melone, Melina (2010). *The Power of Word of Mouth Marketing*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Yamin, Sofyan dan Kurniawan, Heri. (2011). *Partial Least Square Path Modeling*. Jakarta : Salemba.

### **Referensi Jurnal**

Belb, Betsy. dan Johnson, Madeline. (1995). *Word of Mouth Communication : Causes and Consequences*, 15(3), 54-58. Retrieved from ProQuest Education Jurnal Database.

Coelho, Pedro. S. dan Henseler, Jörg. (2012). *Creating customer loyalty through service customization*, 46(3), 331-356. Retrieved from ProQuest Education Jurnal Database.

Durukan, Tulin. dan Bozaci Ibrahim. (2011). *The Role of Individual Characteristics on Customer Loyalty*, 2(23), 213-218. Retrieved from Emerald Insight Education Jurnal Database.

Greenacre, Luke., Burke, Paul F., Denize, Sara., Pearce, Rikki. (2012). *The Choice of Content by Information Providers in Word of Mouth Communications*, 16 (Special Issue), 19-34. Academy of Marketing Studies Journal.

Gounaris, S & Stathakopoulus, V. (2004). *Antecedent and Consequences of Brand Loyalty: An Empirical Study*, 11(4), 283. Journal of Brand Management.

Goyette, Isabelle., Ricard, Line., Bergeron, Jasmin., Marticotte Francois. (2010). *e-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context*, 27(1) 5-23. Publish online in Wiley Interscience

Heriyati, Pantri. dan Siek, Teguh. Pratomo. (2011). *Effects of Word of Mouth Communication and Perceived Quality on Decision Making Moderated by Gender: Jakarta Blackberry Smartphone Consumer's Perspective*. 7(4), 329-336. Retrieved from ProQuest Education Jurnal Database.

Jeong. Jaesung., Yang, Joonhyuk., Kim, Wonjoon., Amblee, Naveen. (2012). *The Heterogeneous effect of WOM on product sales: why the effect of WOM valence is mixed?*, 46(11/12), 1523-1538. Retrieved from Emerald Insight Education Jurnal Database.

Jones, Tim. dan Taylor, Shirley. F. (2007) *The conceptual domain of service loyalty: how many dimensions?*, 21(1), 36-51. Retrieved from Emerald Insight Education Jurnal Database.

Komunda, Mabel. dan Aihie, Osarenkhoe. (2012). *Remedy or cure for service failure? Effects of service recovery on customer satisfaction and loyalty*, 18(1), 82-103. Retrieved from Emerald Insight Education Jurnal Database.

Rowley, Jennifer. (2005). *The four Cs of customer loyalty*, 23(6), 574-581. Retrieved from Emerald Insight Education Jurnal Database.

### **Referensi Skripsi/Tesis**

Fitiana, Nur. (2011). Analisis Pengaruh Promosi *Word of Mouth* terhadap *Brand Image* dan Proses Keputusan Kunjungan Kebun Raya Bogor. Skripsi pada Institut Pertanian Bogor. Bogor:tidak diterbitkan.

Sembiring, O.D.P. (2009). Analisis Karakteristik yang Mempengaruhi Terciptanya *Word of Mouth Marketing* pada Film Laskar

Pelangi. Skripsi pada Universitas Sumatera Utara. Medan:tidak diterbitkan.

Widyaswati, Rahmatya. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Sehingga Tercipta *Word of Mouth* yang Positif pada Pelanggan Speedy di Semarang. Tesis Pasca Sarja pada Universitas Diponegoro. Semarang:tidak diterbitkan.

Wuryanto, B.A. (2007). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja *Word of Mouth Marketing* (WOM). Tesis Pasca Sarja pada Universitas Diponegoro. Semarang:tidak diterbitkan.

### **Internet**

[www.cipaganti.co.id](http://www.cipaganti.co.id)

[www.jabarprov.go.id](http://www.jabarprov.go.id)

[www.disparbud.jabarprov.go.id](http://www.disparbud.jabarprov.go.id)

(Chariri, Anis. (2009). “Landasan Filsafat dan Metode Penelitian Kualitatif” *Paper* disajikan pada *Workshop* Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Laboratorium Pengembangan Akuntansi (LPA), Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 31 Juli – 1 Agustus, halaman 5)