

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Abdullah, Thamrin (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Devi, Lenggang Kurnia Intan (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)*. Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Ghozali, Imam (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hatane, Samuel dan Lianto (2014). *Analisis Ewom, Brand Image, Brand Trust, dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014 Doi: 10.9744/Pemasaran.8.2.47-54 Issn 1907-235x.
- Idris, Fajar (2014). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang*. Semarang. Universitas Diponegoro Semarang.
- Iswara, I Gede Agus Dana., Jatra, I Made. (2017). *Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Intention (Studi pada Smartphone Samsung di Kota Denpasar)*. *E- Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No.8.
- Jalaludin, Achmad, et al. (2015). *Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pelanggan Aryka Shop Kota Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 21 No. 1. Universitas Brawijaya Malang.
- Kotler, Philip dan Keller (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen. Edisi 14. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Lestari, Fitri Dani (2016). *Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cadbury*. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.

- Musay, F. P. (2013). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 3 No. 2.
- Nurmadina, (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Kasus Konsumen Fashion Online di Kota Makassar)*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Rahayu, Natalia Kinanti (2016). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Keputusan Pembelian Konsumen Kendaraan Roda Empat Merek Honda*. Yogyakarta. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Riyanti, Ananta (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Peminat Shampoo Pantene di Purworejo)*. Purworejo. Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Pradipta Hesti Octavia. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Periklanan Terhadap Minat Beli Konsumen Thermometer Onemed Di Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 7, Juli 2015
- Puntoadi, Danis (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. PT. Elex Komputindo, Jakarta.
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sumawarman, Ujang (2009). *Pemasaran Strategik*. Jakarta : Inti Prima Promosindo.
- Sumawarman, Ujang (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. PT. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Wardiyastuti, Devita (2017). *Pengaruh Electronic word of mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Brand Image (studi pada followers instagram wedanganradjiman sebagai calon konsumen)*. Surakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Werdiningsih, Ratri (2012). *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk House of Adity*. Jurnal Institut Manajemen Telkom.
- Wulansari, Anette (2013) *Pengaruh Brand Trust dan Perceived Quality Keputusan Pembelian Ulang*. Jurnal Ilmu Manajemen, Vol 1 No.22.