

Daftar Pustaka

Buku

- Aaker, David & Damien McLoughlin. (2010). Strategic Market Management. Chiches: John Wiley & Sons
- Ali, Hasan. (2010). *Marketing Edisi Baru*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Drezner, W. 2002. *A Balanced Perspective on Brands*. Baringstroke : Mc Millan
- Endah, Alberthiene. (2012). *Sang Burung Biru* . Jakarta. Gramedia
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goodman, John A. (2009) *Strategic Customer Service: Managing The Customer Experience to*. New York : Amacom.
- Philip Kotler.(1993).*Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jakarta: PT Rosdakarya.
- Kotler, Philips & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Jilid 1 edisi 12)*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran (Jilid 2, Edisi 13)*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Phillip & Armstrong, Gary. (2012). *Principle Of Marketing (14thed)*. New Jersey: Pearson
- Nitisusastro, Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
- Nugroho, Farid Yuniar., 2011. *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen*. Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management 14e Global Edition*. New Jersey: Pearson Education Limeted.
- O'reilly, Tim and Milstein, Sarah. 2009. *The Twitter Book*. US: O'reilly Media, Inc.
- Poltak,Lijan Sinambela. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Priyatno, Duwi. (2012). *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendedarran Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Gava Media.

- Rakhmat, Jalaluddin.(2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung. Rosda Karya
- Saptaningsih Sumarni. 2008. *fenomena word of mouth marketing dalam mempengaruhi keputusan konsumen*.
- Senjaya, Sasa Djuarsa. 2007. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Universitas Terbuka
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sernovitz, Andy. (2009). *Word of Mouth Marketing*. New York: Kaplan Inc.
- Simamora, Bilson. (2004). *Riset Pemasaran*. Edisi pertama Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuntitatif & Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (2)*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D* .bandung : Alfabeta
- Sumardy, Marlin Silviana & Melina. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing. Cetakan Kedua*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Yamin, Sofyan & Kurniawan, Heri. (2009). *SPSS Complete:Teknik Analisis. Statistik Terlengkap Dengan Software SPSS*. Jakarta : Salemba Infotek.
- Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. PT. Serambi Ilmu Semesta : Jakarta

Skripsi dan Jurnal

- Esti Susanti. 2003. *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Keramik Merek Milan di Surabaya, Jurnal Widya manajemen & Akuntansi* , Vol. 3, No.2. Universitas Katholik Widya Mandala, Surabaya.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2010). *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context, Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Hennig - Thurau T., Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh and Dwayne D. Gremler. (2004). *Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platforms: What Motivates Consumer to Articulate Themselves on the Internet. Journal of Interactive Marketing* . Vol. 18, No. 1

Jalilvand, Mohamad Reza & Samiei, Neda. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention an Empirical Study in The Automobile Industry in Iran. Emerald Journal Marketing Intelligence & Planning* 30(4),460-476.

Rahman, Aditya. (2016). *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Brand Image Dota 2 Pada Mahasiswa Universitas Telkom. Bandung : Universiitas Telkom.*

Internet

<http://www.bluebirdgroup.com/id/> diakses pada 30 Agustus 2016 pukul 21.24

<http://dishub.jakarta.go.id/> diakses pada 2 September 2016 pukul 21.50

<http://www.bareksa.com/> diakses pada 11 November 2016 pukul 15.32

<http://www.beritasatu.com/> diakses pada 2 September 2016 pukul 22.12

<http://news.detik.com/> diakses pada 29 Agustus 2016 pukul 22.36

<http://www.cnnindonesia.com/> diakses pada 6 November 2016 pukul 14.51

<https://twitter.com/> diakses pada 20 September 2016 pukul 21.59

<http://female.kompas.com/> diakses pada 11 November 2016 pukul 13.40

<https://kominfo.go.id/> diakses pada 5 Januari 2016 0: 48