

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2013). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Babin, J. B., Yong-Ki, L., Eun-Ju, K., Mitch, G. (2005) Modelling Consumer Satisfaction And Word-Of-Mouth: Restaurant Patronage In Korea. *Journal Of Service Marketing*, Vol, 19, 133-139.
- Bahri, S., & Zamzam, F. (2015). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis Sem-Amos*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bicart & Schindler. (2001). *Word of Mouth Effectivness*. New York: McGraw-Hill
- Chou, C. P., Bentler, P. M., & Pentz, M. A. (2000). *A two-stage approach to multilevel structural equation models: Application to longitudinal data*. In T. D. Little, K. U. Schnabel, & J. Baumert (Eds.), *Modeling Longitudinal And Multilevel Data, Practical Issues, Applied Approaches, And Specific Examples*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları*. Turkey: Pegem Akademi.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Dewi, N. A., Rita, R., & Mukid, M. A. (2015). Analisis Kepuasan Pengunjung Menggunakan *Second Order Confirmatory Factor Analysis* Pada *Structural Equation Modeling* (Studi Kasus: Pengunjung Pemandian Air Panas Guci). *Jurnal Gaussian*, Vol.4, No. 1.
- Effendi, R., Rahadhini, M. D., & Suddin, A. (2016). Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Konsumen Pada Warung Soto Seger Mbok Giyem Di Boyolali). *Jurnal ekonomi dan kewirausahaan* , Vol.16, No. 4.

- Ewing, Mike. (2017). Social Media Refferals (Infographic). Diambil dari: <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/30239/71-More-Likely-to-Purchase-Based-on-Social-Media-Referrals-Infographic.aspx>. Diakses 11 Desember 2018.
- Febiana, D., Kumadji, S., & Sunarti. (2014). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengunjung Yang Melakukan Pembelian Pada Biker's Resto dan Cafe di Kota Malang) . *Jurnal administrasi bisnis*, Vol.16 , No.1.
- Ferdinand. (2005). *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Nielsen Company. (2015). *Word-of-Mouth the Most Powerful Selling Tool: Nielsen Global Survey*. Diambil dari: [http://www.nielsen.com/us/en/press-room/2007/Word-ofMouth\\_the\\_Most\\_Powerful\\_Selling\\_Tool\\_\\_Nielsen\\_Global\\_Survey.html](http://www.nielsen.com/us/en/press-room/2007/Word-ofMouth_the_Most_Powerful_Selling_Tool__Nielsen_Global_Survey.html). Diakses 8 November 2018.
- Gusmanely, Ferra, Y., & Devianto, D. (2017). Analisis model loyalitas pasien di RSUD dr. Rasidin Padang dengan Teknik *Structural Equation Modeling* (SEM). *Jurnal Matematika UNAND*. Vol. 5, No. 1.
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J.; and Anderson. R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7 Ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hami, M. L. S. A., Suharyono., & Kadarisman, H. (2016). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Vario All Variant Di Service Center Honda Ahass Sukma Motor Jalan Sigura-Gura Barat Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 39 No.1.
- Handayani, S. A. (2019). Majalaya As The Center For Textile Industry In Spatial Historical Perspectives. IOP Conference Series Earth and Environmental Science.
- Handoko, T. H. (2011). *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.

- Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 22 No. 1.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrawati, K. A. P., Sudiarta, I. N., & Suardana, I. W. (2017). Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook Dan Instagram Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Di Krisna Oleh-Oleh Khas Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*. Vol. 17 No. 2.
- Indrawijaya. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Roti Manis Pada Industri Kecil di Kabupaten Sarolangun. *Mankeu*, vol 1, No.3.
- Juniantoko, A. D., & Supriono. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Waroeng Latte Dan The Cemiland Di Kota Madiun. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 53. No 2.
- Kurnia, M., Murniningsih., & Rochiyati. (2015). Pengaruh Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Di Area Wisata Kuliner Badaan Kota Magelang. *Jurnal Fakultas Ekonomi*.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2007). *Manajemen Pemasara*. (12 Ed, Vol.1). Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. (13 Ed). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Gary, A. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran*. (13 Ed, Vol.1). Jakarta: Erlangga.
- Loehlin, J. C. (1992). *Latent Variable Models: an Introduction to Factor, Path and Structural Analysis*. (2 Ed). New Jersey: Hillsdale.
- Maccallum, R. C., & Austin, J. T. (2000). Applications Of Structural Equation Modeling In Psychological Research. *Annual Review Of Psychology*. Vol. 51, No.1.
- Meitasari. (2012) . Pengaruh Komunikasi Word Of Mouth Smartphone Blackberry Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pasundan Bandung). *Repository UNPAS*.
- Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nabila, M. (2017). Lima Strategi Menerapkan Pemasaran Mulut Ke Mulut untuk *Startup*. Diambil dari: [Dailysocial.id](http://Dailysocial.id). Diakses 10 Januari 2019.

- Notoatmodjo. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nugraha. (2015). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta nomor 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi*.
- Nusakini. (2016). Textile Indonesia Diminati di Caledonia. Diambil dari: <http://www.nusakini.com/news/produk-tekstil-dan-kerajinan-indonesia-diminati-di-new-caledonia>. Diakses 8 November 2018.
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, Vol. X, No. 2.
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta: Salemba Empat.
- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: CV. Prisani Cendekia.
- Rahayu, P., & Muhammad, E. (2014). Pengaruh Worf of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartfren Andromax (Studi Pada Mahasiswa kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Vol. 2. No. 1.
- Rahmadevita, L. D. (2014). Pengaruh Reputasi, Komunitas Pelanggan, Nilai Pelanggan, dan word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kesehatan Melilea di Kecamatan Lowokwaru Malang. *Repository Universitas Brawijaya*.
- Renata, M. (2014). Menggunakan “Meme” Dalam Word Of Mouth (Wom) Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Journal of management*. Vol. 8. No. 2.
- Robbins, S. P. (2003). *Perilaku organisasi*. Jakarta: Index.
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Santosa Kurnia Jaya Textile. (2016). *Arsip PT Santosa Kurnia Jaya Textile 2016*.
- Santosa Kurnia Jaya Textile. (2018). *Laporan Kontribusi Pelanggan 2018*.
- Santosa Kurnia Jaya Textile. (2018). *Laporan Data Penjualan 2018*.

- Santoso, S. (2014). *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan Amos 22*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., & King, J. (2006). Reporting Structural Equation Modeling and Confirmatory Factor Analysis Results: A Review. *The Journal of Educational Research*. Vol. 99, No. 6.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business: A Skill Building Aproach*. New York-USA: John Wiley and Sons Inc.
- Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing How Smart Companies Get People Talking*. Austin: Greenleaf Book Group Press.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Silverman, G. (2001). *The Secret of Word-Of-Mouth Marketing: How To Trigger Exponential Sales Through Runaway Word Of Mouth*. United States of America: Amacom.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Bandung: Pustaka Baru Press
- Sumardy., Silviana, M., Melina, M. (2011). *The Power of Word Of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku konsumen dan pemasaran* . Yogyakarta: Caps.
- Setiyono, J dan Sutrimah. (2016). Analisis Teks Dan Konteks Pada Iklan Operator Seluler (XI Dengan Kartu As). *Jurnal Pedagogia*. Vol. 5, No. 2.
- Suseno, S., & Prasetyo. (2015). Pengaruh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android dengan Word of Mouth Positif sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*.

- Susilo, Z. (2015). *Peluang dan Tantangan Globalisasi*. Diambil dari: [https://www.kompasiana.com/zulharto\\_susilo/5633114b73937345075f5ccc/peluang-dan-tantangan-globalisasi](https://www.kompasiana.com/zulharto_susilo/5633114b73937345075f5ccc/peluang-dan-tantangan-globalisasi). Diakses 8 November 2018.
- Yuliana, R. (2013). Analisis Strategi Word Of Mouth untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Konsumen di Kota Semarang. *Jurnal Stie Semarang*. Vol.5, No.3.