

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ardianto, E. (2010). *Metode Penelitian Untuk Publik Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Chaffey, D., & Chadwick (2016). *Digital Marketing*. London: Pearson.
- David, Fred, R. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep, Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut: Word of Mouth Marketing*. Jakarta: MedPress.
- Herdiansyah, H. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif - Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Apress.
- Kotler; Amstrong. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Tiga Belas Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler; Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya.
- Mulyana, D. (2003). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya.
- Nilasari, Senja. (2014). *Manajemen Strategi itu Gampang*. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Satori, D., & Komariah, A. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sernovitz, A. (2009). *Word of Mouth Marketing*. New York: Kaplan Publishing.

Sudaryono (2016), *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.

Sumardy, Silviana, M., & Melone, M. (2011). *Rest in Peace Advertising Killed By The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sumber Skripsi :

Abbi, Muhammad Yafi. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kredit Mantap Pensiun di PT Bank Mandiri Taspen*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Bandung: Universitas Telkom.

Akbar, Rizki. (2013). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Tabungan Impian Bank BRI Syariah dalam Rangka Mendorong Terjadinya Word of Mouth Melalui Tweepic (Studi Kasus pada Komunikasi Pemasaran Produk Tabungan Impian Bank BRI Syariah Melalui Tweepic)*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Bandung: Universitas Telkom.

Amanda, Rizki. (2016). *Analisis Strategi Word Of Mouth Marketing Jam Tangan Kayu Matoa Indonesia*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Bandung: Universitas Telkom.

Faruqi, Ahmae. (2017). *Analisis Strategi Word of Mouth Marketing Akun Instagram @exploresawahlunto*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Bandung: Universitas Telkom.

Nurul, Khoiriyah Yudasani. (2018). *Strategi Elemen Word Of Mouth 5t's (Talkers, Topic, Tools, Taking Part Dan Tracking) Pada Hijabstory Dalam Mencapai Pangsa Pasar Muslim Milenial Di Bandung*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Bandung: Universitas Telkom.

Wicaksono, Wisnu Putro. (2015). *Strategi Word Of Mouth dalam Mempromosikan Budaya Sunda pada Game Inheritance : Boundary Of Existence*. Fakultas Komunikasi Bisnis. Bandung: Universitas Telkom.

Sumber Jurnal :

Ahmed, Methaq Sallam. (2014). *The Effects of Brand Credibility on Customer's WOM Communication: The Moderator Role of Brand Commitment A*

Conceptual Paper. [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35433792/40900-140288-1-](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35433792/40900-140288-1-SM.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1556976466&Signature=9XCDWG328YE9tvJaN8qXIV2mtJI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DThe_Effects_of_Brand_Credibility_on_Cust.pdf)

[SM.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1556976466&Signature=9XCDWG328YE9tvJaN8qXIV2mtJI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DThe_Effects_of_Brand_Credibility_on_Cust.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35433792/40900-140288-1-SM.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1556976466&Signature=9XCDWG328YE9tvJaN8qXIV2mtJI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DThe_Effects_of_Brand_Credibility_on_Cust.pdf)

Muhammad, Fauzan Basalamah. (2010). *Pengaruh Komunitas Merek terhadap Word of Mouth*. <http://www.ijil.ui.ac.id/index.php/jbb/article/download/629/614>

Novianti, Rifky; Artanti, Yessy.(2015). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Word Of Mouth (WOM) melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening*. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/13554/12449>

Prabowo, Hartiwi; Lily. (2011). *Pengaruh Word Of Mouth Marketing dan Pameran terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah*. <https://journal.binus.ac.id/index.php/BBR/article/view/1137>

Saputri, Mutia; Istia, Itca Wahyuni. (2018). *Analisis 5T's Word of Mouth Marketing Guteninc Bandung*. <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/6183/6162>

Sarin, Charu; Pal, Bhawna. (2014). *Word of Mouth Marketing: Consumers Participation*. <http://www.internationaljournalcorner.com/index.php/theijbm/article/view/128400/89049>

Seyed, Zahra Ghorban. (2012). *A Study on Effect of Brand Credibility on Word of Mouth: With Reference to Internet Service Providers in Malaysia*. <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/12297>

Shanti, Dewi Nugrahani. (2013). *Peran Strategi Komunikasi Pemasaran "Word of Mouth" dalam Pengambilan Keputusan Konsumen*. <https://www.google.com/interstitial?url=http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/download/51/588>

Trusov, Michael, dkk. (2009). *Effects of Word-of-Mouth Versus Traditional Marketing: Findings from an Internet Social Networking Site*.

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.622.9010&rep=rep1&type=pdf>

Nindhira Rossellini, Nindhira Putri. Suhariadi, Fendy. (2013). *Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Word of Mouth pada Pelanggan Klinik Kecantikan London Beauty Centre*.

http://journal.unair.ac.id/filerPDF/110810269_Ringkasan.pdf

Sumber Internet :

Pasha, A. R. (2018, Agustus 29). *Cermati*. Diakses pada 29 April 2019 dari 10 Brand Make Up Lokal Berkualitas yang Wajib Dipunyai Millennial: <https://www.cermati.com/artikel/10-brand-make-up-lokal-berkualitas-yang-wajib-dipunyai-millennial/>

Tren dan Perilaku Pasar Kosmetik Indonesia Tahun 2017. (2017). Diakses pada 2 Maret 2019 dari Sigma Research: <http://sigmaresearch.co.id/tren-dan-perilaku-pasar-kosmetik-indonesia-tahun-2017/>

Pratama, Faizah. (2018, Juli 31). *YukKepo.com*. Diakses pada 4 Mei 2019 dari *Murah dan Unyu-Unyu, 4 Produk Makeup Lokal Ini Dibuatkhusus Untuk Remaja*: <https://www.yukepo.com/hiburan/tips/murah-dan-unyu-unyu-4-produk-makeup-lokal-ini-dibuat-khusus-untuk-remaja/>

Best of Beauty Make-up 2018. (2018). Diakses pada 5 Maret 2019 dari Female Daily: <http://awards.femaledaily.com/winner/makeup2018/>

Pentingnya Promosi Word of Mouth. (2011). Diakses pada 8 Agustus 2019 dari Marketing.co.id: <https://marketing.co.id/pentingnya-promosi-word-of-mouth/>