

DAFTAR PUSTAKA

- Fitria, S. E., & Dwijananda, I. M. (2016). ANALISIS PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Go-Jek). *e-Proceeding of Management*. 3(1). ISSN :2355-9357. 1-20.
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2012). *E-WOM scale: Word-of-mouth measurement scale for eservice context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. 2013. *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi*. Bandung: Aditama.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. In Indrawato, *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Jalilvand, M., & Samiei, N. (2012). The Effect Of Electronic Word Of Mouth on Brand Image and Purchase Intention an Empirical Study in The Utomobile Industry in Iran. *Emerald Journal Marketing Intelligence*, 460-476.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Bob Sabran, Penerjemah). Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin L.Keller. (2016). *Marketing Management* 16th edition. New jersey : Pearson
- Kotler T. Philip & Keller Lane Kevin. (2016). *Marketing Management (Global Edition)*. 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. & Ikhsan. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahendrayasa, A. C., Kumadji, S., dan Abdillah, Y. (2014). *Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada*

Mahasiswa Pengguna Kartu Selular GSM “IM3” Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). 12(1).

Md Adnan Rahman, Tanvir Abir, dan Dewan M. Nur-A Yazdani. (2020). *Brand Image, eWOM, Trust and Online Purchase Intention of Digital Products among Malaysian Consumers*. Journal of Xi'an University of Architecture & Technology. Volume XII, Issue III.

Rehman, F., Nawaq, T., Khan, A., dan Hyder, S. (2014). *How Advertising Affect The Buying Behavior of Consumer in Rural Areas: A Case of Pakistan*, *Academic Research International*, 5(4)

Rivan Aji Putranto. 2018. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen di Amnesti Kopi (Bandar Lampung)*”. Skripsi. FEB. Manajemen. Universitas Lampung. Bandar Lampung.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior* (11th Edition). Pearson.

Sekaran, U. d. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Refika Aditama.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Cetakan ke-8)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.

Sukma Bakti. 2016. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang pada Kedai Kopi Black Canyon Mall Jamtos*. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan. 5(1)

Yoebrilianti, Anggit. 2018. "*Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Bali Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial)*". Jurnal Manajemen 8:20 41.