

## DAFTAR PUSTAKA

Alquran dan Terjemahnya.

- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Alfatris, Tika Dian. 2015. *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Album dengan Sistem Pre Order secara Online*. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro. Diakses pada 12 November 2018 Jurnal : <http://eprints.dinus.ac.id/8701/>.
- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Alma, Buchhari. 2013. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Jakarta: Alfabeta.
- Alma, Buchory, dan Saladin, Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung: CV Linda Karya.
- Andini, Fauzia. 2015. *Risk Factor Of Low Back Pain*. J Majority Vol. 4 No. 1. Diakses pada tanggal 12 November 2018 jurnal: <http://www.distrodoc.com/458662-risk-factors-of-low-back-pain-inworkers>
- Anggitasari, Annisa Mayga. 2016. *Pengaruh eWOM terhadap Brand Image dan Brand Trust, serta dampaknya pada minat beli produk smartphone Iphone (Studi pada masyarakat di Yogyakarta*. Yogyakarta. Diakses pada 12 November 2018 Jurnal : [https://eprints.uny.ac.id/32079/1/AnnisaMaygaAnggitasari\\_12808144016.pdf](https://eprints.uny.ac.id/32079/1/AnnisaMaygaAnggitasari_12808144016.pdf)
- Andhanu Catur Mahendrayasa. 2014. *Pengaruh word of mouth terhadap minat beli serta dampaknya terhadap pembelian ulang(Survei pada Mahasiswa Pengguna Kartu Selular GSM “IM3” Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)*. Diakses 16 November 2018 dari: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/>.

- Annisa, Fitri. 2015. *Pengaruh Electronical Word of Mouth (eWOM) di media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen (studi pada Richeese Factory)*. diakses 15 November 2018 dari: <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20318285-S-Viranti%20Mustika%20Sari.pdf>.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basu Swastha Dharmmesta. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFPE.
- Bilson, Simamora. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bulut, Zeki Atil. 2015. *Determinants of Repurchase Intention in Online Shopping: A Turkish Consumer's Perspective*. Vol 6 No.10. Diakses 20 Februari 2019 dari: [https://ijbssnet.com/journals/Vol\\_6\\_No\\_10\\_October\\_2015/5.pdf](https://ijbssnet.com/journals/Vol_6_No_10_October_2015/5.pdf).
- Charo, Naimatullah., Pershant Sharma., Saadullah Shaikh., Abdul Hasseb. And Muhammad Zohaib Suyfa. 2015. *Determining the Impact of Ewom on Brand Image and Purchase Intention through Adoption of Online Opinions. International Journal of Humanities and Management Sciences (IJHMS)*. Vol. 12 No. 1. Diakses pada 12 November 2018 Jurnal : [jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/download/20717/10410](http://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/download/20717/10410).
- Durianto, Darmadi. 2013. *Strategi menaklukan pasar melalui riset eekuitas dan perilaku merek*. Jakarta: Pt gramedia pustaka utama.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi. .
- Farida, Nida UI. 2017. *Pengaruh reputasi merek, kualitas produk dan word of mouth terhadap repurchase intention koperasi serba usaha (KSU) APIKRI (studi kasus pada konsumen produk kerajinan KSU APIKRI Yogyakarta)*. Diakses 16 November 2018 dari: <https://eprints.uny.ac.id/53298/>.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Firdaus, Muhammad. 2010. *Manajemen Agri bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Ghazzan, Faris (2014, 6 Oktober). *Marketing menurut para ahli*. Diakses pada 12 November 2018 dari : <https://catatanmarketing.wordpress.com/tag/marketing-menurut-para-ahli/>
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*, Seventh Edition. Pearson Prentice Hall. Diakses pada 15 November 2018 dari : [https://is.muni.cz/el/1423/podzim2017/PSY028/um/\\_Hair\\_-\\_Multivariate\\_data\\_analysis\\_7th\\_revised.pdf](https://is.muni.cz/el/1423/podzim2017/PSY028/um/_Hair_-_Multivariate_data_analysis_7th_revised.pdf)
- Hendra Fure. 2013. Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehati calaca. Diakses 16 November 2018 dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2023>
- Huseynli, Bahman. 2018. *Impact of Price Sensitivity on Repurchase Intention in Terms of Personality Features*. Diakses 20 Februari 2019 dari: [https://www.researchgate.net/publication/326548709\\_Impact\\_of\\_Price\\_Sensitivity\\_on\\_Repurchase\\_Intention\\_in\\_Terms\\_of\\_Personality\\_Features](https://www.researchgate.net/publication/326548709_Impact_of_Price_Sensitivity_on_Repurchase_Intention_in_Terms_of_Personality_Features).
- Jalilvand, M. R. dan Samiei, N. 2012. *The Effect of Electronic Word of Mouth On Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*. Diakses pada 19 November 2018 dari : [https://www.researchgate.net/publication/235297089\\_The\\_effect\\_of\\_electronic\\_word\\_of\\_mouth\\_on\\_brand\\_image\\_and\\_purchase\\_intention\\_An\\_empirical\\_study\\_in\\_the\\_automobile\\_industry\\_in\\_Iran](https://www.researchgate.net/publication/235297089_The_effect_of_electronic_word_of_mouth_on_brand_image_and_purchase_intention_An_empirical_study_in_the_automobile_industry_in_Iran).
- Jalilvand, M., R., dan Samiei, N . 2012. *The Effect of E-WOM on Brand Image and Purchase Intention*. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol 30/No.4, 460-476.
- Jotopurnomo. 2015. *Pengaruh harga, brand image, dan electronic of the mouth terhadap minat beli reservasi hotel secara online*. Vol 3 No.1. diakses 16 November 2018 dari: <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/2855>.
- Jung, Na Young. 2016. *The impact of corporate reputation on brand attitude and purchase intention*. Diakses 20 Februari 2019 dari: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40691-016-0072-y>.

- Karamoy, Amir. 2011. *Waralaba – Jalur bebas hambatan menjadi pengusaha sukses*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keempat Belas. Jakarta: Indeks87.
- Kotler, Philip R., Bowen, John T & Makens, James. 2014. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Sixth Edition. Pearson Education Limited. London.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kurniawati, Dyah. 2009. *Studi tentang sikap terhadap merek dan implikasinya pada minat beli ulang (kasus pada produk mi instan Indomie di Kota Semarang)*. Diakses 21 November 2018 dari: <https://core.ac.uk/download/pdf/11716957.pdf>.
- Laksmi, Aditya Ayu., Farah Oktafiani. 2016. *Pengaruh Electrinal Word of Mouth (eWOM) terhadap minat beli followers Instagram pada Warunk Upnormal*. Vol 10 No.2. diakses 15 November 2018 dari: <http://jurnal.stmik-mi.ac.id/index.php/jcb/article/download/149/172>.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. 2012. *Measuring Advertising Effectiveness*. McGraw-Hill. New York.
- Marieta, Prilando Dewi. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang ( Studi Kasus pada Legend Coffee Yogyakarta )*. Yogyakarta .
- Narimawati, Umi. 2010. *Metodologi Penelitian : Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Genesis.
- Nurhayati, Murti, Wahyu Wijaya. 2012. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang masyarakat terhadap produk smartphome*.
- Nurhayati, dan Wahyu, W. M. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. Value Added: Vol 8, No 2. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Paludi, Salman (2017, 11 Februari). Pengertian dan Dimnsi Electronic Wordof Mouth (eWoM). Diakses 11 November 2018 dari Electronic Word f Mouth : <http://bab234.blogspot.com/2017/02/electronic-word-of-mouth-e-wom.html>
- Putra, Vindy. 2015. *Analisis pengaruh rasa produk, harga kompetitif, dan kompetensi tenaga penjualan terhadap kepuasan dalam meningkatkan minat beli ulang*

- Ice Cream Wall's pada PD Subur Abadi di Pontianak*. Diakses 21 November 2018 dari: <http://jurnal.untan.ac.id/index.php/jmdb/article/view/10306/9963>.
- Rahmadevita, D.L. 2011. Jurnal “Pengaruh Reputasi Merek dan Komunitas Pelanggan terhadap Nilai Pelanggan, Word Of Mouth serta Keputusan Pembelian 9studi kasus pada pembelian Non-Member produk kesehatan Melilea di Kecamatan Lowokwaru kota Malang”. Malang.
- Rahmadevita, D.L. 2011. Pengaruh Reputasi Merek dan Komunitas Pelanggan terhadap Nilai Pelanggan, Word Of Mouth serta Keputusan Pembelian. Jurnal Profit. Volume 7 No. 1.
- Rahman, Arif. 2010. Strategi Dasyhat Marketing Mix for Small Business. Transmedia. Jakarta.
- Riadi, Muchlisin. 2013. *Kualitas Pelayanan Pelanggan*. Diakses 17 Desember dari: <http://www.kajianpustaka.com/2013/04/kualitas-pelayanan-pelanggan.html>.
- Riadi, Muchlisin. 2013. *Pengertian Merek*. Diakses 12 November 2018 dari: <https://www.kajianpustaka.com/2013/08/merek.html>
- Rizky, Muhammad Fakhru, Hanifa Yasin. 2014. Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. Diakses 16 November 2018 dari: <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/viewFile/182/126>.
- Sari, A. I. 2013. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry Pada Mahasiswa STIE Harapan Medan*. Jurnal e-maksii Harapan. Vol 1, No 1, Hal: 35 – 50. STIE Harapan Medan
- Sari, Winda. 2017. Analisis pengaruh Elctronic word of mouth, electronic service quality dan country of origin terhadap repurchase intention pada Qplapa.com. Diakses 21 November 2018 dari: <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41024/1/WINDA%20SARI-FEB.pdf>.
- Sarinah, Mardalena. 2017. *Pengantar manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sumangla, Panwar. 2014. *Capturing, analyzing, and managing word-of-mouth in the digital marketplace. Hershey, Pennsylvania (701 E. Chocolate Avenue, Hershey, Pa., 17033. USA : IGI Global.*
- Sunarti, dan Rahmawati, S. 2013. *Penilaian dalam Kurikulum 2014.* Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sungkar, N. F., & Budiatmo, A. 2016. *Pengaruh Iklan, Atribut Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.* Jurnal Administrasi Bisnis Volume, 5(1), 35– 45
- Swarjana, I.K. (2016). *Metodologi Penelitian Kesehatan (Edisi Revisi).* Yogyakarta: ANDI.
- Swastha, Basu Dharmmesta dan Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Cetakan Kelima. Edisi Pertama.* Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Tsou, Hung-Tai., Feng-Hsu Liu., Hsuan-Yu Hsu. 2015. *The Effects of Reputation and Relative Low Price on Purchase Intention: Service Quality as a Mediated Moderato.* diakses 20 Februari 2019 dari: <http://cmr.ba.ouhk.edu.hk/cmr/webjournal/v18n3/CMR470E14.pdf>.
- Wardhana, Reza Arief. 2012. *Analisis pengaruh mutu produk, reputasi merek, dan promosi terhadap minat beli konsumen pada produk anti karat tuff kote dinol (Studi kasus pada PT. Sarana Perdana Semarang.* diakses 16 November 2018 dari: <http://eprints.undip.ac.id/37356/>.
- Wardiyastuti, Devita. 2017. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen melalui Brand Image (Studi pada Fpllowers Instagram Wedangan Radjiman sebagai Calon Konsumen.* Diakses 16 November 2018 dari: <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/320/>.
- Grace Anastasia Makalew Lisbeth L. Mananeke Hendra N. Tawas. 2016. Analisis pengaruh reputasi merek, kualitas pelayanan, dan loyalitas nasabah terhadap keunggulan bersaing (studi pada nasabah Taplus anak PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor cabang utama Manado). Vol.4 No.3 September 2016.