

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfina, Rea. 2014. *Pengaruh Komunikasi Word Of Mouth terhadap Brand Awareness*. Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Diterbitkan.
- Babin, Barry. 2015. *Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea*, The jurnal Of Service Marketing. Vol 19 No.3 hal 133-139.
- Budianto, April, 2015. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Dewan Perwakilan Rakyat, 2016. Undang-Undang Republik Indonesia No.20 tentang Merek dan Indikasi Geografis Jakarta: Dewan Perwakilan Rakyat. Tersedia: <https://www.dpr.go.id>
- Dewi, Janita 2005. *Perspektif Baru dalam Strategi Branding*, Jakarta: Amara Books
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut (Word Of Mouth Marketing)*. Yogyakarta: Media Persindo.
- Hasibuan, Malayu. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Yogyakarta: Penerbit Galuh Patria.
- Murtasih, Sri, Sucherly Sucherly, Hotniar Siringoringo. 2013 “*Impact of Country of Origin and Word of Mouth on Brand Equity*”, Jurnal of Marketing Intelligence and Planning, Vol. 32 No. 5, pp. 616-629.
- Pengaruh Harga, Keamanan..., Kukuh Arif Himawan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMP, 2021.
- Perlitasari, Dara Ghina. 2018. *Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) dan Asosiasi Merek (Brand Awareness) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty)*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Diterbitkan.
- Permana, Panji. 2015. *Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan Dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness, dan Nilai Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli*. Skripsi pada Program Studi Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Diterbitkan.
- Kusumawati, Dita Dwi. (2015). *Pengaruh Green Product, Atribut Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Tupperware Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Lamb, Hair, Mc Daniel. (2001). *Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia, Jilid Pertama*. Terjemahan. Jakarta: Salemba Empat.

- Mudrajat Kuncoro. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga Image.
- Nabilla, Shyfa. (2017). Pengaruh Marketing Communication Mix Terhadap Brand Awareness Konsumen Teras Nyemil Di Kota Bandung. *Skripsi*. Universitas Katolik Parahyangan.
- Nugraha, D. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Roti Gempol Dan Kopi Anjis. *Jurnal of Management*. Vol. 2 No.1.
- Peter, J.Paul dan Jerry, C.Olson. (2000). *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Alih Bahasa Sihombing, Damos. Jakarta: Erlangga.
- Pradhanawati, Ari, dan Besta Adistya. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Peacock Coffee Di Jalan Gajah Mada Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 4 No. 2.
- Putri, Vania Dwi. (2018). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Gerai Starbucks Coffee (Studi Pada Konsumen Domestik Starbucks Coffee di Wilayah Bali). *Jurnal Manajemen*. Vol. 7 No. 1.
- Rhamdani, Anna Ukhti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Di Astra Honda Motor (Studi Konsumen di Dealer Astra Honda Motor Yogyakarta). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Romadhon, Arif Putro. (2016). Pengaruh Store Atmosphere, harga, Dan, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Cafe Kolong Jember). *Skripsi*. Universitas Jember.
- Schiffman, L.G and Kanuk LL. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Sepuluh*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sernovitz, Andi. (2009). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. New York: Kaplan.
- Setiadi, Nugroho. (2008). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfa Beta.
- Sumardy, Marlin Silviana, dan Melina Melone. (2011). *The Power of Word of Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Susanti, A., M. M. Warso, dan Andi Tri Haryono. (2016). Pengaruh Layanan, Reputation, Preference Intention dan Word of Mouth terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus pada PT. Ntronik Lintas Nusantara, Semarang), *Journal Of Management*.

Vol. 2 No. 2.

- Swastha, Basu dan Handoko, Hani. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BPFE.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2010). *Metode Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods For Business)*. Chiches : John Wiley & Sons.
- Wahyono, Budi. (2012). *Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen*. <http://www.pendidikanekonomi.com/2012/10/pengertian-keputusanpembelian-konsumen.html>. Diunduh 3 Juni 2017.
- Wibowo, Nadya Egileona. (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Yellow Truck Cabang Sunda Bandung). *Tugas Akhir*. Universitas Telkom.