

DAFTAR PUSTAKA

- ABD AZIS, A. M. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Sim Card Telkomsel. *Jurnal Trend*, 07.
- Abdul Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Adeliasari., Ivana, Vina & Thio, S. (2014). Electronic Word-Of-Mouth (eWOM) Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Dan Kafe Di Surabaya. *Jurnal Hospitality*, 2.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia(Teori,Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Aji Normawan Rosyid, Handoyo Djoko W, W. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Revo (Studi Kasus pada Konsumen Sepeda Motor Honda Revo Astra Motor Kebumen. *Journal Of Social And Politic*.
- Alfian, B. (2012). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar*. makasar.
- ali hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic PublishingService).
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE: Yogyakarta.
- Cheung, Christy M.K. and Lee, M. K. . (2012). *What Drives Consumers to Spread Electronic Word of Mouth in Online Consumer-Opinion Platforms*.
- Clow, K. E., & Baack, D. (. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. harlow: Pearson Education Limited.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Malayu S.P. Hasibuan. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Cetakan Ke)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fandy Tjiptono. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset,.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2013). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Yogyakarta.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context, Canadian. *Journal of Administrative Sciences*, 5–23.
- Gupta, P. & J. H. (2010). How e-WOM recommendations influence product consideration and quality of choice: A motivation to process information perspective. *Journal of Business Research*.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E., ... Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Hasan, A. (2013). *Marketing*. Yogyakarta: Media Presdindo.
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herry Achmad Buchory, D. S. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: cv linda karya.
- Jalilvand, M. R. dan N. S. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand image and Purchase Intention*. 30(4).
- Kesehatan, K. (2010). PERATURAN MENTERI KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 1176/MENKES/PER/VIII/2010 TENTANG NOTIFIKASI KOSMETIKA.
- Kim, J. B., & Zhang, L. (2014). *Financial reporting opacity and expected crash risk: Evidence from implied volatility smirks*. *Contemporary Accounting Research* (Vol. 31). <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12048>.
- Kotler, P. & Keller, K. . (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane, K. (2016). *Marketing Management*. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler&Amstrong. (2014). *Principle Of Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler&Amstrong. (2017). *Manajemen Pemasaran, Strategi pemasaran dan Analisis strategi pemasaran, Perencanaan strategi pemasaran, Implementasi*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke 1). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. and G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016a). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016b). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P. and K. L. K. (2018). *Marketing Managemet (Global)*. Pearson Education.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- M.Manullang. (2018). *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Manullang dan Esterlina Hutabarat. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: indomedia pustaka.
- Schiffman, W. (2015). *Customer Behavior*. Pearson Education.
- Schivinski, B., & Dabrowski, D. (2014). The effects of social media communication on consumer perceptions of brands. *Journal of Marketing Communication*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic PublishingService).
- Syafaruddin Z, S. S. (2016). *Pengaruh Komunikasi Electronic Word of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Online Shopping Zafertech.com)*.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*.
- Tommi Wijaya dan Eristia Lidia Paramita. (2014). Pengaruh electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan pembelian kamera dslr. *Research methods and organizational studies*, 12–19.
- Tommi Wijaya dan Eristia Lidia Paramita, & Paramita, dan E. L. (2014). Pengaruh electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan pembelian kamera dslr. *Research methods and organizational studies*.
- Usman, H. (2013). *Manajemen: Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Uus MD Fadli. (2017). *Modul Kuliah Statistika*. Karawang: Universitas Buana Perjuangan.

Widodo, T. (2015). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

