

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2000, *Analisis Regresi, Teori, Kasus & Solusi*. BPFE UGM, Yogyakarta.
- Arikunto, S, 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti SRT., 2013, Studi Keputusan Pembelian Smartphone Pada Kelas Konsumen Baru di Kota Semarang, *Fokus Ekonomi*, Vol. 8 No.1, *Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*.
- Basalamah, Fauzan Muhammad. 2010. *Pengaruh Komunitas Merek terhadap Word of Mouth*. Jurnal Administrasi Bisnis Volume 17, Nomor 1.
- Godes, David dan Dina Mayzlin. 2004. *Using Online Conversations to Study Word of mouth communication*. Marketing Science Vol 23 No 4
- Indriantoro, dan Supomo, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Jasfar, F. 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Cetakan Pertama. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor
- Khairani S., 2015, Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Melalui Media Sosial (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi STIE MDP), *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (SNEMA)*, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang
- Kotler, P., 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta
- _____, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas. Jilid 1. Erlangga, Jakarta
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler P, dan Keller K L , 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi ke 13, Jakarta: Erlangga.
- _____, 2012, *Marketing Management*, Global Edition 14th Edition Pearson Prentice Hall . New Jersey

- Lamb, Charles W dkk. 2001. *Pemasaran*. Buku 1. Edisi ke 1. Diterjemahkan oleh: David Octarevia. Jakarta: Penerbit Salemba Empat (PT.Salemba Emban Patria)
- Lupiyoadi, R., 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen C., John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga
- Rahmadevita, Lusy Deasyana. 2013. *Pengaruh Reputasi Merek dan Komunitas Pelanggan terhadap Nilai Pelanggan, Word of Mouth serta Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Non-Member Produk Kesehatan Susu Kedelai Melilea di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)*. Tesis tidak dipublikasikan. Malang. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK.
- Sigit,Soehardi, 2001, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Cetakan kedua, Jakarta;BPFE UST.
- Rahmawati S., Sunarti, Edriana P.,Pengaruh *Customer Value* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung(Studi pada Pengunjung Pantai Balekambang, Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 40 No.1
- Rizal, Edy Halim. 2005. The Effect Of The Relationship Of Brand Trust And Brand Affect On Brand Performance : An Analysis From Brand Loyalty Perspective (a Case Of Coffee Instant Product in Indonesia). *Department Of Management Faculty Of Economic, University Of Indonesia*.
- Sihite R., Sumarti, Edriana P., dkk, 2016, Pengaruh *Customer Value* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Pengunjung Pantai Balekambang, Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 40 No.1., Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya , Malang.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor Selatan.
- Sumardy, Marlin Silviana, Melina Melone, 2011,*The Power of Word of MouthMarketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Supadiyono, Agus. 2008. *Pengaruh Nilai Pelanggan (Customer Value) terhadap Keputusan Pembelian Produk dengan Kepuasan sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Pelanggan Mentari PT Indosat Cabang Surakarta)*. Tesis dipublikasikan. (Online). Diakses melalui <https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=>

4&cad=rja&uact=8&ved=0CDcQFjADahUKEwjZndLn5ZPJAhVIUo4KHTjiDL0&url=http%3A%2F%2Fcore.ac.uk%2Fdownload%2Fpdf%2F16508804.pdf&usg=AFQjCNGolBurbdPOpRW4oDtxKumVsgg7tQ&sig2=LwZ3gLZ9GBcJvZcXf35L, diakses 16 September 2017.

- Swastha, Basu Dharmmesta dan Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Cetakan Kelima, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Taroreh O., Rotinsulu JJ., Rudy W., 2015, Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Jasa Asuransi Pada Asuransi Jasindo Manado, *Jurnal EMBA* Vol.3 No.3.
- Tjiptono, Fandy, 2009, Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Ketujuh, Yogyakarta : Andi Offset
- _____, 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Umar, H, 2005, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Warsidi. 2009. Nilai Pelanggan Customer Value. *Jurnal Ekonomi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Jenderal Soedirman.