

- b. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel-variabel yang menstimulus atau menyebabkan terjadinya variabel Keputusan Pembelian.
- c. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan uji simultan yaitu dengan menambahkan hipotesis ke 8 dan 9 dari hubungan antara EWOM dan Kualitas Pelayanan terhadap Sikap Konsumen serta EWOM dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Amrullah, Pamasang S. Siburian, Saida Zainurossalamia ZA. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol.13, No.2.
- Daryanto. 2013. *Inovasi Pembelajaran Efektif*. Bandung: Yrma Widya
- Dasuki, Uki. 2015. Pengaruh Sikap dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian *T-Shirt Airplane* pada *Distro Airplane System* Bandung. *Jurnal Ekonomi*.
- Diallo, Seck. 2017. *How store service quality affects attitude toward store brands in emerging countries: effects of brand cues of and cultural context*. *Journal of Business Research*. Vol. 86.

- Evgeniy, Lee, Roh. 2019. *The Effect of Ewom on Purchase Intention for Korean-brand Cars in Russia: The Mediating Role of Brand Image and Perceived Quality*. Vol. 23, No 5 : 102-117.
- Goyette, Ricard, Bergeron, Marticotte. 2010. *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*. Vol. 27, No. 1 : 5-23.
- Gruen, T.W et al., 2006. *E-WOM: The Impact of Customer-To-Customer Online Knowhow Exchange On Customer Value and Loyalty*. *Journal of Business Research*. Vol. 54, No. 1.
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hasan. 2010. *Marketing Dari Mulut ke Mulut Words Of Mouth Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Hennig-Thurau, T. et al., 2004. *Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet*. *Journal of Interactive Marketing*. Vol. 18, No.1 : 38–52.
- Jalilvand, M.R, 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, Marketing Intelligence & Planning*. Vol.30, No.4 : 460-476.
- Kharis, Ismu Fadli. 2011. *Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*. Skripsi Universitas Diponegoro.Semarang.
- Kodu, Sarini. 2013. *Harga, Kualitas Prouk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. Vol.1, No.3 : 1251-1259.
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Amstrong. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran edisi ke 12 Jilid ke 1*. New Jersey: Indeks.
- Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan Edisi Kedua Belas*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller. 2016. *Marketing management. 15e*. Boston: Pearson Education.
- Latan, H. Ghozali, I. 2012. *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Jakarta: Salemba Empat.

- Lupiyoadi dan Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Majid. 2014. *Strategi Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Meliana, Sulistiono, Budi Setiawan. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Giant Hypermarket. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Vol.1, No.3 : 247-254.
- Mowen, Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mubarok. 2018. Pengaruh *Brand Image* dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik Jetis Sidoarjo Dimediasi oleh Minat Beli.
- Prasetijo, Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen Edisi Satu*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pujawan, Harsono, Zain, Thoyib. 1997. Analisis Faktor-Faktor Kualitas Layanan Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Bank BNI dan Bank Danamon Cabang Denpasar.
- Schiffman, Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Prentice Hall.
- Samuel, Hatane. 2007. Perilaku Dan Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Melalui Stimulus 50% Discount Di Surabaya. Skripsi Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Sernovitz, Andy. 2012. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies get People Talking*. New York: Kaplan Inc.
- Sindunata, Wahyudi. 2018. Pengaruh *E-Wom (Electronic-Word-Of-Mouth)* terhadap Keputusan Pembelian di Agoda.com. *Jurnal Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia*.
- Sangadji, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. 2010. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Tjiptono. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. 2005. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. 2009. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Ketujuh*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Zainal et. al., 2016. *Examining the mediating effect of attitude towards electronic words-of-mouth (eWOM) on the relation between the trust in eWOM source and intention to follow eWOM among Malaysian travellers. Journal Asia Pacific Management Review*. No.22 : 35-44.

Sumber Lain

<https://www.aprindo.id> (diakses pada tanggal 2 Februari 2020 pukul 12:30 WIB)

<https://www.emarketer.com> (diakses pada tanggal 4 Februari 2020 pukul 9:35 WIB)

<https://www.google.com> (diakses pada tanggal 3 Februari 2020 pukul 20:10 WIB)