

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, Rizki, Martha Tri Lestari & Itca Istia Wahyuni. *Analisis Strategi Word of mouth Marketing Jam Tangan Kayu Matoa Indonesia*. [https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/116700/jurnal\\_eproc/analisis-strategi-word-of-mouth-marketing-jam-tangan-kayu-matoa-indonesia.pdf](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/116700/jurnal_eproc/analisis-strategi-word-of-mouth-marketing-jam-tangan-kayu-matoa-indonesia.pdf), diakses 28 Maret 2019.
- Ardiansah, Danus. 2011. *Teoritisasi dan Implikasi Pertukaran Sosial dalam Komunikasi antar Pribadi*. [https://www.academia.edu/7929169/Menjelajahi\\_Teori\\_Pertukaran\\_Sosial](https://www.academia.edu/7929169/Menjelajahi_Teori_Pertukaran_Sosial), diakses 27 November 2018.
- Berger, J., & Schwartz, E. M. 2011. *What Drives Immediate and Ongoing Word of mouth? Journal of Marketing Research*, 48(5), 869-880. <http://www.jstor.org/stable/23033525>, diakses 14 September 2018.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi:Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta:Kencana.
- Eaton, John. *Pemasaran e-Word of mouth*. [http://www.academia.edu/33853416/Pemasaran\\_e-Word-of-Mouth](http://www.academia.edu/33853416/Pemasaran_e-Word-of-Mouth), diakses 15 November 2018.
- Firmansyah, Anang. 2020. [https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678\\_Buku\\_Komunikasi\\_Pemasaran/links/](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/)

5efe789b299bf18816fcce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf, diakses 10 Agustus 2021.

H.B. Sutopo. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta:Universitas Sebelas Maret.

Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta:Media Pressindo

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta:Erlangga.

Herold, Kristiina. 2015. *Impact of Word-of-Mouth on Consumer Decision-Making: an Information Processing Perspective in the Context of a High-Involvement Service. Finland*. [http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/117210/Kristina%20Herold\\_A4.pdf?sequence=2](http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/117210/Kristina%20Herold_A4.pdf?sequence=2), diakses 19 Oktober 2018.

Jantsch, J. 2010. *The Referral Engine: Teaching Your Business to Market Itself*. New York: Portfolio by Penguin Group. <https://books.google.co.id/books?id=RSnashgoEKOc&lpg=PT166&dq=referral&hl=id&pg=PT166#v=onepage&q=referral&f=false>, diakses 12 September 2018.

Jatmiko. 2004. *Pengantar Bisnis*. Malang:Universitas Muhammadiyah Malang.

Kennedy, John E. & R. Dermawan Soemanagara. 2006. *Marketing Communication, Teknik dan Strategi*. Jakarta:Bhuana Ilmu Populer.

Kartajaya, Hermawan dkk. 2003. *Marketing In Venus*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.

- Kurniawan, Chandra Hadi. 2011. *Analisis Deskriptif Implementasi Strategi Word of mouth Marketing Cokro Tela Cake di Yogyakarta dalam Menjaring Pelanggan*. Skripsi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta:Indeks.
- Littlejohn, Stephen W. 2009. *Teori Komunikasi*. 2009. Jakarta:Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung:Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta:Kencana.
- Mulyana, Prof. Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung:Remaja Rosdakarya.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung:CV Pustaka Setia
- Sernovitz. 2009. *Word of mouth Marketing*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, A Terrence. 2003. *Periklanan Promosi, Edisi Kelima*. Jakarta:Erlangga.
- Shidiq, Fajar Purnomo. 2018. *Beberapa Klien Sinteniki*.  
<https://www.linkedin.com/in/fajar-sinteniki-8276b344/>, diakses 10 Oktober 2018.
- Rd. Soemanagara. 2006. *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung:Alfabeta.
- Sumardi, Marlin & Melina. (2011). *The Power Word of mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tatik Suryani. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- WOMMA.2015. <http://womma.org/wp-content/uploads/2015/09/STUDY-WOMMA-Return-on-WOM-Executive-Summary.pdf>, diakses 27 Februari 2019.