

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Merek dan Minat Beli pada Produk Kosmetik Wardah. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 908-921.
- Alim, Hapsari dan Purwanti. 2007. Pengaruh Kompetensi dan Independensi Terhadap Kualitas Audit dengan Etika Auditor Sebagai Variabel Moderasi. *Proceeding Simposium Nasional Akuntansi Makassar*, 2007.
- Arif Wibowo (2015) "Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Brand Image terhadap Purchase Intention pada konsumen Smartphone Samsung yang berbasis Android" *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 12, Nomor 1, Januari 2015 <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/11743>
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action* 5th edition. Cincinnati, Ohio: South Western College Publishing
- Ayu Indra Dewi I Gusti Agung Ketut Sri Ardani (2018) "Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Produk Mie Samyang Hot Spicy Chicken di Kota Denpasar)" *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 4, 2018: 1771-1801 DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i04.p03>
- Babin, Barry, 2015. Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea, *The Journal Of Service Marketing*. Vol 19 No.3 hal 133 – 139.
- Brown, J., Broderick, A.J. dan Lee, N. (2007), "Word of Mouth Communication Within Online Communities: Conceptualizing the online Sosial Network", *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 21 No. 3, pp. 2-20.
- Cahyono, F. D., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Terhadap Minat Beli (Survei Pada Followers Akun Instagram@ Saboten_Shokudo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 148-157. Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth (Ewom) Dan Pengaruhnya
- Chen, C. C., Chen, P.K., dan Huang, C. E. (2012), "Brand and Consumer Behavior", *Social Behavior and Personality*, Vol. 40 No. 1, pp. 105-114.
- Choirul Umamy, Srikandi Kumadji & Edy Yulianto (2016) " Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Brand Image serta dampaknya pada minat beli (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang Angkatan 2015/2016 Pengguna Smartphone)" *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 33 No. 1 April 2016| 114 administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id

- Dewi Permata Sari, E. Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Relationship Marketing Serta Word Of Mouth Terhadap Brand Image Warung Lesehan Pak H. Sholeh Di Tongas Kabupaten Probolinggo
- Don Tapscott (1996). *Digital Economy: "Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence"*
- Doty, Joseph. 2006. Sports Build Character dalam *Journal of College & Character*. Volume VII, No. 3, April 2006.
- Durianto, D., Sugiarto, Anton, dan S, Hendrawan. 2003. *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Indonesia
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- France, Robert C. 2009. *Introduction to Physical Education and Sport Science*. New York: Cengage Learning.
- Gharnaditya, D., Saputra, D., Felicia, J., & Vivian, V. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Sales Promotion dan Brand Image terhadap Purchase Intention Studi Kasus: Bridestory Pay. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 135-141.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J. dan Marticotte, F. 2010. e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Journal of Administrative Sciences*, 27 pp. 5-23.
- Hennig-Thurau, T. Gwinner, K.P., Walsh, G. dan Gremler, D.D. (2004), *Electronic Word of Mouth via Consumer – Opinion Platforms: What Motivates Consumer to Articulate Themselves On the Internet*”, *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 18 No. 1, pp. 38-52.
- Howard, J. A. (1994). *Buyer behavior in marketing strategy*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall
- Jalilvand, Mohammad Reza dan Neda Samiei. 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 Iss: 4.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi Sembilan. Buku 2. Penerbit salemba empat. Jakarta.
- Kartajaya, Hermawan, at. al. *Memenangkan Persaingan Dengan Segitiga Positioning, Diferensiasi Dan Brand*, Bandung: Mizan Pustaka, 2007.

- Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta: Prenhalindo
- Kotler, Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid II, Ed 12, Jakarta, Indeks Media
- Kotler Philip; Keller dan Kevin Lane, 2008, Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid Dua, Penerbit : Erlangga, Jakarta
- Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ke Tiga Belas. Dialihbahasakan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Keller. 2013. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Terjemahan Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Maretama, A. R., Suharyono, S., & Bafadhal, A. S. (2018). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND IMAGE DAN BRAND SWITCHING (Survei pada Mahasiswa Pengguna Operating System Android di Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 65(1), 129-137.
- Margono, 2004, Metodologi Penelitian Pendidikan, Jakarta: Rineka Cipta.
- M.Dian Ruhamak & Budi Rahayu (2016) “Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris Dynamic English Course Pare” *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* Vol 1, No 2 (2016) <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika/article/view/14>
- Mohamad Alvin Hamidun & Brillyanes Sanawiri (2018) “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image (Studi pada akun Instagram @oufalresearch)” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 61 No. 2 Agustus 2018| 61.administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Alih Bahasa :Dwi Kartini. Edisi 5 jilid 1. Jakarta. PT. Erlangga
- Nugroho J. Setiadi. 2013. Perilaku Konsumen (edisi revisi). Jakarta : Kencana Perdana Media Grup
- Ruhamak, M. D., & Rahayu, B. (2016). Pengaruh word of mouth terhadap purchase intention melalui brand image pada Lembaga kursus Bahasa Inggris Dynamic English Course Pare. *Jurnal Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2).
- Sari, F. M., & Zuhra, S. E. (2020). PENGARUH AIRLINE IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR KOTA BANDA ACEH. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 11(1), 61-71.

- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar. 2007. Perilaku Konsumen. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sekaran Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Salemba Empat
- Sernovitz. 2009. Word of Mouth Marketing. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, M. R. (2002). Consumer Behavior. USA: Prentice Hall International, Inc.
- Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Suryani Tatik, Perilaku Konsumen Di Era Internet: Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013
- Sutisna. Komunikasi Pemasaran dan Komunikasi Konsumen. Bandung; remaja Rosdakarya. 2002
- Tariq, M. I, Nawaz, M.R., Nawas, M.M, dan Butt, H.A. (2013), "Customer Perceptions about Branding and Purchase Intention: A Study of FMCG in an Emerging Market", Journal of Basic and Applied Scientific Research Vol. 3 pp 340-347.
- Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran Edisi II. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi pemasaran, Edisi 3, ANDI : Yogyakarta.
- Webster, F.E. and Keller, K. L. 2004. A Roadmap for Branding in Industrial Markets. Brand Management, 11 (5), pp: 388-402.

Sumber Internet :

5 merek sepatu olahraga yang menjadi peringkat teratas pada 2019 di Indonesia (<https://topbrand-award.com/> 2019)

Data Tren Internet 2019 di Indonesia <https://Hootsuite.com/>

Data pengguna internet 2018 Indografis <https://okezone.com/>

Logo Nike <https://Nike.com/>

