

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, K., & Wardana, I. (2017). Peran Brand Equity Dalam Memediasi Pengaruh Word of Mouth Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(2), 251986.
- Ali, Hasan. 2010. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Ayu, I., Pramesti, C., & Rahanatha, G. B. (2019). *PERAN BRAND IMAGE MEMEDIASI PENGARUH WORD OF MOUTH ( WOM ) TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia Niat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum benar-benar melakukan . 8(1), 7073–7101.*
- Denpasar, D. I. K., & Santika, I. W. (2017). *Pengaruh Ekonomi Celebrity Endorser, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Vario 125 Di Kota Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Perkembangan dan kemajuan teknologi otomotif serta perdag. 6(4), 1933–1961.*
- Febrian, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Perspsi Kualitas, Harga Dan Sikap Terhadap Niat Beli Produk Private Label Merek Giant (Studi pada Pengunjung Hypermarket Giant Maspion Square Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6.
- Firdausi, Afifah Herawati (2019) *Pengaruh Harga, Kesadaran Merek Dan Kualitas Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Scoopy Di Sidoarjo.* Undergraduate thesis, STIE Perbanas Surabaya.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23
- Gunawan, B. (2002). Dikta Kuliah Statistik. Jakarta: Universitas Setyagama
- Hidayat, A. (2010). Uji Persyaratan Analisis. Bandung: Rineka Cipta.
- Husein, U. (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali.
- Ismayanti, N. M. A., & Santika, I. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar. *E-Journal Manajemen Unud*, 6(10), 5720–5747.
- Ivoni, D., Santika, I., & Suryani, A. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Orientasi Merek, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Fashion Online. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(4), 255196.
- Mileva, D. N. (2019). Pengaruh Social Media Marketing dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi pada Masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7
- Mubarrok, Muhammad Ismi. (2016) *Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek Dan Kemasan Terhadap Niat Beli Supermi Di Surabaya.* Undergraduate thesis, STIE Perbanas Surabaya.
- Nusarika, L., & Purnami, N. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi Pada Produk Fashion Online Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8), 254393.
- Priyatno, D. (2013). Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS. Yogyakarta: Mediakom
- Purwanto, E., & Wibisono, A. (2019). Pengaruh Country Of Origin, Word Of Mouth, Kualitas Yang dipersepsikan Terhadap Niat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNLAT*, 4(3), 365–374.
- Putri Danashiylvi1, Kardinal2, C. A. P. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Keamanan dan

- Kenyamanan Terhadap Niat Beli Ulang Di E-Commerce Tokopedia.Com (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE MDP Palembang). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 3, 1–15.
- Putri, H. I. W. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Niat Beli Konsumen Lapis Kukul Pahlawan Di Surabaya. *Media Mahardhika*, 17(2), 184.
- Rastiny, M. U. (2014). Pengaruh Atmosfir Toko, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Barang, Kewajaran Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Toko Painluva Seminyak Bali. *E-Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Bali*.
- Rini, A. S., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Sikap Dan Niat Beli Produk Hijau “the Body Shop” Di Kota Denpasar. *Bisnis Universitas Udayana*, 6(1), 137–166.
- Ruhamak, M. D., & Rahayu, B. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris Dynamic English Course Pare. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2), 188–204.
- 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*.
- Santika, I. W. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia Era perdagangan bebas dan globalisasi sekarang ini ditandai dengan sema*. 6(10), 5720–5747.
- Sangadji, E. Mamang, & Sopiah. (2010). Metodologi penelitian-pendekatan praktis dalam penelitian. Yogyakarta: ANDI
- Santoso, P. H. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kredibilitas Perusahaan terhadap Niat Membeli Konsumen pada Produk Kawasaki di Kota Yogyakarta. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 1(2), 209–220.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tariq Maryam, Abbas Tanveer, Abrar Muhammad, Iqbal Asif. 2017 EWOM and brand awarness impact on consumer purchase intention: mediating role of brand image. Pakistan Administrative Review Vol 1. No. 1