

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2010). *Building Strong Brands 1st ed. The Free Press*: New York.
- Ababil, R. (2019). Analisis Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee.
- 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.
- Assael, H. (1998), *Consumer Behavior and Marketing Action, 5th edition, Cincinnati, OH: South Western College Publishing*
- Bitta, L. Dan. Loudon, D. L., (1993).. *Consumer Behavior: Concepts and Applications, Volume 1. New York: McGraw-Hill.*
- Dzian, Michal., Miroslava Triznova., Vladislav Kaputa., and Mikulas Supin. (2015). *The analysis of WOM in Slovak Republic and impact of WOM on consumers' purchasing decision. Procedia Economics and Finance. Vol.26 Hal: 975-981.*
- Eka Febrian, D. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga dan Sikap Terhadap Niat Beli Produk Private Label Merek “GIANT” (Studi pada Pengunjung Hypermarket Giant Maspion Square Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–8.
- Gitosudarmo, Indriyo, (2008), *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua, cetakan keenam, Penerbit : BPFE – Yogyakarta.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., and François Marticotte. (2010). e-WOM Scale: *Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. Canadian Journal of Administrative Sciences*
- Gunawan, B. (2002). *Dikta Kuliah Statistik*. Jakarta: Universitas Setyagama
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- 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)
- Iswayanti Ika Putri, (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian. Hal 13. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*, thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing*, 12th Edition. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., (2005), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, Jilid 2, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Luthfia Widha Emil, (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Kofisyop Tembalang. Hal 19. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Mangkunegara, A. P. (2009). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Revika Aditama.
- Muhammad Irfan Tariq, Muhammad Rafay Nawaz, Muhammad Mussarat Nawaz, Hashim Awais Butt, (2013), 'Customer Perceptions About Branding And Purchase Intention: A Study of FMCG In An Emerging Market', *Journal of Basic and Applied Scientific Research, Textroad Publication*.
- Nasution, M. F. R. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Prayoga, I., & Warmika, I. (2019). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Yamaha NMAX di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 8 (2), 728 - 756.
- Purwanto dan Sukirno Zakaria Lantang, (2014). *Komunikasi Bisnis: Perspektif Konseptual dan Kultural: Cetakan I, Pustaka Pelajar*. Yogyakarta.
- Putri, F.C., Srikandi K., and Sunarti. (2016). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada konsumen Legipait Coffeeshop Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.34 No.1 pp: 86-95.
- 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*.
- Saladin, D. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Linda Karya. Bandung.
- Santoso, P. H. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kredibilitas Perusahaan terhadap Niat Membeli Konsumen pada Produk Kawasaki di Kota Yogyakarta. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 1(2), 209-220.
- Sari, Ratna Dwi Kartika dan Astuti Rahayu Tri Sri. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Word Of Mouth Communication* Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang. Jawa Tengah : Universitas Diponegoro. Vol.1 No1.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen (Tujuh)*. Jakarta: Indeks.
- Shanafelt, T. D., Hasan, O., Dyrbye, L. N., Sinsky, C., Satele, D., Sloan, J., & West, C. P. (2015). *Changes In Burnout And Satisfaction With Work-Life Balance In Physicians And The General Us Working Population Between 2011 And 2014*.

Mayo Clinic Proceedings.

- Simamora. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara.
- Suryani Tatik, (2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet: Edisi Pertama*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandi. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2008). “Service Management, Mewujudkan Layanan Prima”, Edisi pertama, Yogyakarta: Andi.
- Warouw, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Toko, Kualitas Produk, dan Bauran Pemasaran Terhadap Niat Membeli di *Warcom Sales and Services* Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16 (3).