

## DAFTAR REFERENSI

- Aghniyah, K. F. (2019). *Pengaruh Lokasi Dan Word Of Mounth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Kopi EUY! Coffe Shop)*.
- Amstrong, & Keller. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall* (Twelfth Ed). Pearson Education, Inc.
- Aries, M., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Word Of mouth terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian (Survei Pada Make up Artist yang Membeli dan Menggunakan Produk KRYOLAN di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(3), 36–44.
- Assael, H. (2004). *Consumen Behaviour And Marketing Action*.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Basyar, K., & Sanaji, S. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 8(2), 204. <https://doi.org/10.26740/bisma.v8n2.p204-217>
- c. Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Denniswara, E. P. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Intensi Membeli Ulang Produk My IDEAS*. 1(4), 480–488.
- Fahima, L. (2007). *Word of Mouth Kalahkan Pengaruh Iklan*.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (25th ed.). Universitas Diponegoro.
- Griffin, W. R., & Elbert, R. J. (2002). *Manajemen Bisnis*. Erlangga.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Hasan, A. (2018). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan* (Cetakan Pe). Media Pressdindo.
- Indiarti, T. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pelanggan Coklat Cafe Yogyakarta)*.
- International Data Corporation. (2019). *Market Share Smartphone 2019*. International Data Corporation.
- Irawan. (2019). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo.
- Irawan, D., & Japariato, E. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya*. 1(2), 1–8.
- Juniwati. (2015). Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 140. <https://doi.org/10.26418/jebik.v4i1.11465>
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ket). Erlangga.

- Kotler, & Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke T). Erlangga.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedu). PT. Indeks.
- Kotler, Phillip, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Keti). Erlangga.
- Kurniawati, D., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). *Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang)*. 14(2), 1–9.
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang jasa Klinik Kesehatan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.4.25-32>
- Lenzun, J. J., Massie, J. D. D., & Adare, D. (2014). *Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel*. 2(3), 1237–1245.
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2). <https://doi.org/10.24176/bmaj.v2i2.4075>
- marketbeat. (2020). *Apple earnings estimates and actuals by quarter*. Marketbeat.com.
- Mulyana, A. (2019). Influence of Product Quality adn Service Quality on Shao Kao Kertajaya Customer Repurchase Interest through Customer Satisfactionri. *Agora*, 7(2).
- Nela, F., & Hakim, L. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Samsung di STIE Totalwin Semarang. *Among Makarti*, 8(15), 94–107.
- Nugraha, F. A. A., Suharyono, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(1), 1–7.
- Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko Online Di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 84. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.60106.id>
- Prasetya, W., Yulius, C., Industri, P. T., Teknik, F., & Jaya, U. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang: Studi Pada Produk EATLAH*. 92–100.
- Prastiwi, E. (2016). *Pengaruh Nilai, Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal Yogyakarta*.
- Prawira, B., & Yasa, N. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(12), 253856.
- Pujadi, B. (2010). Studi Tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Terhadap Merek. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, Vol. 9, 59–76.
- Puspasari, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1737–1748.
- Puspitasari, L. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap*

*Kepuasan Pelanggan.*

- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening*. 6, 1–12.
- Sari, H. P. (2016). Pengaruh citra merek, fitur, desain dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi. *Jurnal Perspektif*, 25, 1–18.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p19>
- Sernovitz, A. (2014). *Word Of Mouth Marketing How Smart Companies Get People Talking*. Greenleaf Book Group Press Austin.
- Sinurat, E. S. M., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2230–2239. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16522>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Sulistiyari, I. N., & Yoestini. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang)*. 1, 1–17.
- Sumardi. (2009). *Word of Mouth Marketing, Fans dan Peluang Tumbuh*.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.).
- Tjiptono, F. (2015a). *Strategi Pemasaran* (Edisi Empa). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015b). *Strategi Pemasaran* (Edisi Empa). Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Walukow. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Benefenan Centre Sonder Minahasa. *EMBA Vol. 2 No. 3, Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Waskita, A. I., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen: Volume 5, Nomor 9*.
- Widyartini, A. A., & Purbawati, D. (2019). Pengaruh Service Quality dan Price Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Elevenia.Co.Id di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 1–11.
- Winajarko, J. (2014). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Smartphone Blackberry*.
- Yonita, T., & Budiono, H. (2020). Pengaruh Ewom Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Produk Innisfree Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(1), 152–161.

