

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin (2003), *Manajemen Produksi dan Industri Kecil*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka
- Abdurachman, 2004, “Analisis Faktor-faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen sarung di Jawa Timur) “, *Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya*.
- Adi, Rifki Nugroho, 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre-Order secara Online (Studi Kasus pada Online Shop Choper Jersey)*. Skripsi UNDIP
- Adeliasari,dkk (2014) . *Electronic Word of Mouth (EWOM) dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya*. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Universitas Petra Surabaya..
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012.*Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Ahmed, Z. (2014). *Effect of Brand trust and Customer Satisfaction on Brand loyalty in Bahawalpur*. *Journal of Sociological Research*. Analysis is to Common Factor Analysis. *Technology Studies* , 2, 315-319.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara
- Archak, N., Ghose, A., & Ipeirotis, P. G. 2001. *Deriving the Pricing Power of Product Features by Mining Consumer Reviews*, 1–33.
- Assael, H. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Fourth Edition. Boston: PWS-Kent Publishing Company
- Carstairs-McCarthy, Andrew. 2002, *An Introduction to English Morphology: Words and Their Structure*. Edinburg: MPG books Ltd.
- Danang Sunyoto. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.

- Donni Juni Priansa. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia. Encyclopedia of E-Commerce, E-Government and Mobile Commerce, Hershey, PA: Idea
- Farki, A., Baihaqi, I., Wibawa, B.M., 2016. Jurnal Teknik ITS : Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia, Vol. 5, No. 2
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hidayati, N. (2013), *The Impact of the School Safety Zone on Passenger Car Equivalent Values in Indonesian Urban Roads*, Thesis, The University of Leed
- Ferdinand. 2002. Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Fure, Hendra. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. Jurnal EMBA. Vol.1, No.3, September 2013: 273-283.
- Goldsmith, R.E. (2006) *Electronic Word-of-Mouth*. In Mehdi Khosrow-Pour (Ed.)
- Goyette, et al, (2010), E-Wom : *Word of Mouth Measurement Scale for E-Service Context*, *Journal of Administrative Sciences*, Volume 27: 5-23. Group Publishing, 408-412.
- Gruen, T.W., Osmonbekov, T., Czaplewski, A.J (2006). eWOM: the impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty, *Journal of Business Research*, 59(4), 449-456
- Gunelius, Susan. 2011. 30 Minute Social Media Marketing. United States: McGraw Hill.

- Hariono. (2018). Apakah Ewom (*Electronic Word Of Mouth*) Bisa Mengalahkan Wom (*Word Of Mouth*) Dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner. *Kompetensi*, 12(1), 12–21.
- Hartono, Jogiyanto. 2008, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi Kelima, Yogyakarta: BPFE
- Hatane Samuel dan Lianto (2014). Analisis Ewom, Brand Image, Brand Trust, dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014 Doi:10.9744/Pemasaran.8.2.47-54 Issn 1907-235x
- He, W., Zha, S., Li., L (2013) sosial media competitive analysis and text mining : a case study in the pizza industry. *Int. J. Inf. Manage* 33 (3), 464-472.
- Hennig-Thurau, Thorsten. Kevin Gwinner. Gianfranco Walsh. Dwayne Gremler. 2004. *Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platform : What Motivates Consumers To Articulate Themselves on The Internet ?*. *Journal of Interactive Marketing*. 38 : 52
- Jalilvand, M.R. & Samiei, N. (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 No.4, pp.460-476.
- Kamtarin, M. (2012). *Effect of Electronic Word of Mouth, Trust and Perceived Value on Behavioral Intention from The Perspective of Consumer*. *Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 1
- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. San Francisco: Meltwater.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, *Pearson Education, Inc.*
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.

- Kotler., 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kurnia, A. D., & Sholikhah, N. (2020). Hubungan Antara Tingkat Aktivitas Fisik Dengan Tingkat Depresi Pada Penderita Penyakit Jantung. *Jurnal Kesehatan Mesencephalon*, 6(1). <https://doi.org/10.36053/mesencephalon.v6i1.188>.
- Lapel, Claudia., Anarbekov, Erbol., & Ellez, Oylu, 2011. *Negative electronic word of mouth & customer based brand equity : A qualitative view of the Apple iPhone Aversion on Facebook*. Thesis. School of Management, Lund University Sweden
- Mahendra, Adya Dwi. 2014. Analisis Pengaruh Pendidikan, Upah, Jenis Kelamin, Usia Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja. Semarang. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro. 87 hal.
- Majid, Nurkholish. (2014). Analisis Pengaruh *Electronic Word Mouth* terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Minat Beli Smartphone Samsung di Kota Malang
- Muzakkii, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Di Masa Pandemi Covid-19 (studi Kasus Pada Sarawa. co). *EProceedings ...*, 7(1), 1–9.
- Melati, Riska Sari, and Renny Dwijayanti. 2020. “Pengaruh Harga Dan Online Customer *Review* Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya).” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8(2): 882–88.
- Ni Luh Julianti, Tahun 2014. Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida
- Nurhaeni, Nelly. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word of mouth*, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Jasa
- Potter, W James. (2021). *Digital Media Effects*. London: Rowman & Little Field

- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. (2012). Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Dinamika Kepariwisata* Vol. Xi No. 2.
- Prastuti D. I., Karyanti Y. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Daring. *Faktor Exacta*. 13 (3)
- Ramdan, Ari., Fatchiya, Anna. (2021). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam”. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 5 (1).
- Rizky, M.F. & Yasin, H. (2014), Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Binsis*, Vol. 14(2), hal. 135-143.
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: In Media.
- Sindunata I., Wahyudi B. A. (2018). Pengaruh E-WOM (Electronic-Word-OfMouth) Terhadap Keputusan Pembelian Di Agoda.com. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. 6 (1)
- Strauss, J., El-Ansary, A., & Frost, R, "E-marketing International", Edition (3rd Edition, New Jersey : Upper Saddle River, 2012
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Tariq, et al. (2017). *EWOM, Brand Awareness & Purchase Intention*
- Wibisaputra, Aditzya. 2011. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Ga Elpiji 3 Kg (di PT. Candi Agung Pratama Semarang)”. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Wijaya, Tommi. 2014. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Dslr. Universitas Kristen Satya Wacana : Salatiga



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY