

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Brown Duncan & Hayes, Nick. 2008. *Influencer Marketing, Who really influences your customers*. UK: Elsevier Ltd.
- Brown, D., & Hayes, N. (2008). *Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?* Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Buchari, Alma, 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Dessyana Juwita Cindy. (2013). *Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart II Manado*. Jurnal EMBA 845 Vol.1, No.3.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar, 2003, *Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain, Jakarta: Erlangga.
- Hasan, 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta
- Hasan (2010 : 13), “*Pengaruh word of mouth Marketing terhadap keputusan pembelian.*” Raynald, Fakultas Ekonomi Manajemen S1. Universitas Maranatha Bandung.
- (Hariyanti & Wirapraja, 2018). *Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur)*.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas*, Jilid Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip (2004). *Marketing Management, The Millenium Edition*.

- Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Amstrong. 2016. Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. Englan. Pearson Education Limited.
- Kotler, Gary Amstrong. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13). Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua. Sasmita, Jumiati and Norazah Mohd Suki, 2015, Young Consumer's Insights On Brand Equity: Effects Of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness, And Brand Image, Journal Of Retail & Distribution Management, Vol. 43 No. 3: 276-292.
- Setiadi, Nugroho J.2003. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Sernovitz. (2009). Word of Mouth Marketing How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition). New York: Kaplan Publishing
- Sernovitz, A. (2012). Word of Mouth Marketing:How Smart Companies Get People Talking . Austin: Greenleaf Book Group Press.
- Solis, B. 2012. The Rise of Digital Influence. Diakses dari <https://techcrunch.com/> pada 10 Januari 2019 pukul 20.41 WIB.
- Sumardy. (2011). The Power of Word of Mouth Marketing. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Sernovitz, 2012. Word of Mouth How Smart Companies Get People Talking. Austin: Greenleaf Book Group Press.
- Sernovitz, (2012).Word of Mouth Marketing: How Smart Companies get People Talking, New York : Penerbit: Kaplan Inc.
- Sernovitz, 2012. Word Of Mouth Marketing How Smart Companies Get People Talking. Austin: Greenleaf Book Group Press.