

## DAFTAR PUSTAKA

- Alrwashdeh, M., Emeagwali, O, L., dan Aljuhmani, H, Y. (2019). *The effect of electronic word of mouth communication on purchase intention and brand image: An applicant smartphone brands in North Cyprus*. *GrowingScience, Management Science Letters* 9, hlm. 505–518 .
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Engel, J, F., Blackwell, R, D., dan Minard, P, W. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Febryan, F. (2010). *The Power of Selling*. Jakarta: Elexmedia Komputindo.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Indoprint.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi 3. Semarang: AGF Book.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*, edisi 4. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J, dan Marticotte, F. (2010). *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, hlm. 5-23.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Kazmi, A. dan Mehmood, Q, S. (2016). *The Effect Of Electronic Word Of Mouth Communication And Brand Image On Purchase Intention: A Case Of Consumer Electronics In Haripur, Pakistan*. *GrowingScience, Management Science Letters* 6 , hlm. 499–508 .
- Khoiruman, M. (2016). *Manajemen Pemasaran: Produk dan Pengembangan Produk*. surakarta: STIE AUB.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012). *manajemen Pemasaran*, edisi 13, jilid 1. jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K, L. (2009). *Marketing Management*, edisi 13. jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. dan Keller, K, L. (2012). *Manajemen Pemasaran*, edisi 12. jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K, L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Partice Hall,inc.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. jakarta: kencana.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Lakbang Pressindo.

- Petter, J. P., dan Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, edisi Kesembilan. Jakarta: Salemba Empat.
- Petter, J. P., dan Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, edisi Kesembilan, buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Prabowo, I, J, K, G., dan Nurhadi. (2014). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uny Pengguna Iphone)* . JMBI, Vol. 5, No. 3, hlm. 246-256.
- Prawira, B., dan Yasa, N, N, K. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar*. DOAJ, Vol. 3, No. 12, hlm. 3642-3657.
- Riset Pasar IDC. (2019). Dipetik 2 Januari 2019, dari <http://tekno.kompas.com>
- Salangka, D, B, M., Massie, J, D, D., dan Tampenawas, J, L, A. (2017). *Pengaruh Kelompok Acuan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone*. EMBA, Vol. 5, No. 3, hlm. 3714-3723 .
- Samuel, H., dan Lianto, A, S. (2014). *Analisis Ewom, Brand Image, Brand Trust Dan Minat Beli Produk Smartphone Di Surabaya* . Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 8, No. 2, hlm. 47-54.
- Sangadji, E, M., dan Sopiah. (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Sarjono, H., dan Julianita, W. (2013). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L, G., dan Kanuk, L, L. (2010). *Consumer Behavior*, edisi 10. New Jersey: Pearson Education.
- Styaningrum, A. J. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2018). *Teori Perilaku Konsumen dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Technisia. (2019). Dipetik Januari 2, 2019, dari <https://id.technisia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>
- Tjiptono, F., dan Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*, edisi ke 1. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Top Brand Award. (2019). Dipetik Januari 2, 2019, dari <https://www.topbrandaward.com/top-brand-survey/survey-result/topbrandindex2015fase1>
- Top Brand Award. (2019). Dipetik Januari 2, 2019, dari <http://www.topbrandaward.com/top-brand-survey/survey-result/topbrandindex2016fase1>
- Top Brand Award. (2019). Dipetik Januari 2, 2019, dari <http://www.topbrandaward.com/top-brand-survey/survey-result/topbrandindex2017fase1>
- Umamy, C., Kumadji, S., dan Yulianto, E. (2016). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang Angkatan 2015/2016 Pengguna Smartphone)*. JAB, Vol. 33, No. 1, hlm. 114-119.

- Usman, dan Sobari. (2013). *Aplikasi Teknis Multivariate*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wibowo, A. (2015). *Pengaruh Elektronik Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 12, No, 1, hlm. 71-88.

