

DAFTAR PUSTAKA

- Aeker. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Al-Khazim, Iqbal. 2016. "Pengaruh Strategi Internet Marketing Terhadap Perilaku Konsumen LAZADA.CO.ID Dalam Berbelanja Online Melalui Variabel E-WOM". *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 21, No. 2.
- Ambolau, M. A.P. 2015. *The Influence of Brand Awareness and Brand Image on Purchase Decision*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 19(2).
- Augusty, F. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Basu Swasta. 2010. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga press.
- Chandra, C (2019). Pengaruh *Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality*, dan *Brand Loyalty* terhadap *Customer Purchase Decision*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* Vol. 3, No. 1, April 2019 : hlm 176-185
- Dewi, N. N. K. A, & Warmika W. G. K. (2017). *Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, dan WOM Communication* terhadap *Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 10, 2017: 5580-5606
- Diansyah, R. M. P. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 32(2), 97-109.
- Dissanayake, D. M. R. & Perera, W. L. M. V. (2013). *The Impact of Brand Awareness, Brand Association and Brand Perceived Quality on Female Consumers's Purchase Decision of foreign Makeup Products*. *International Conference on Business & Information* 2013.
- El-Gohary, Hatem. 2010. *E-Marketing-A literature Review from a Small Businesses Perspective*. Vol.1, No.1, pp214-244. United States of America: *International Journal of Business and Social Science*.
- Fitria, U. & Rahma, N, (2017). *Pengaruh Marketing Online dan E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Baju Koko Nizar di Bangil (Studi Kasus Keputusan Pembelian Baju Koko Nizar di Bangil).

- Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Edisi 5). Semarang: Undip.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Ed. ke-8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid Satim. 2017. *Pengaruh Citra Merk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian HPSamsung di STIE PERTIWI KARAWANG*. *Jurnal Ekonomi, Volume 20*.
- Handayani, Desy, Hermawan Kartajaya, Andrizal, Anthony Darmaja. 2010. *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Harianto, Agus. 2014. *Pengaruh Kelompok Acuan dan Internet Marketing terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 2 nomor 4 Oktober 2014.
- Haryanto, J.O. (2009). *Pengaruh Upaya Ekstra dalam Meningkatkan Intensi Membeli Konsumen*. *Jurnal Bunga Rampai Perilaku Konsumen*, 1(8):191 - 208.
- Kotler, P & Armstrong. 2014. *Principles of Marketing, Thirteen Editions*. United States of America, Pearson Education.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran edisi 11*. Jakarta: PT. Indeks.
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Penerbit Kencana.
- Nina Dwi Cahyani, 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Laptop ACER*. Kebumen: Stie Putra Bangsa
- NiNyoman Kusuma A.D. (2017). *Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, Dan WOM Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk SPABali Alus*. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No.10*.
- Peter, P, J, & Olson, Jerry, C. 2009. *Customer Behavior*, Jilid 2, Edisi 5. Erlangga. Jakarta.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gaya Media.

- Putri, R.A. (2020). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi pada Investo Saham di Surabaya*. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 8 Nomor 1 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Rukmana, M. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan WordOfMouth Terhadap Keputusan Pembelian Convenience Goods Pada Konsumen Swalayan Kud Pakis*. E-Jurnal Riset Manajemen.
- Sembiring, I.G. (2016). *Analisis Perilaku Konsumen dan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Melia Sehat Sejahtera pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Medan Area*. Skripsi Publikasi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
- Singarimbun, M. dan S. E. (2006). *Metode Penelitian Survei (Editor)* (LP3ES, ed.). Jakarta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sumardi. 2011. *The Power Word Of Mouth Marketing*. Jakarta : Gramedia
- Sunaryo. 2017. *Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Peembelian: Kualitas Produk dan Loyalitas Merek Sebagai Mediasi Pada Prodk Handbagsimitasidi Kota Malang*. E-Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 2.
- Taylor, B. (2012). *Prosedur Penelitian. Dalam Moleong, Pendekatan Kualitatif* ((him. 4)). Jakarta: Rineka Cipta.
- Wilson, M., and Draney, K. (2004). *Some links between large-scale and classroom assessments: The case of the BEAR Assessment System*. In M. Wilson (Ed.), *Towards coherence between classroom assessment and accountability* (Part II; O. Y. of the N. S. for the S. of E. Chicago, ed.). Chicago: University of Chicago Press.
- Zulvia, Mauludha. 2018. *Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah*. Jurnal Aplikasi Bisnis, Volume 4, No 1.