

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Danita Dwi. 2012. *Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Illy Café Lai – Lai Malang)*. <http://elibrary.ub.ac.id/handle/123456789/33479>, 09 januari 2012. Diakses tanggal 18 April 2012.
- Apriyanto, Yusup. 2010. *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pizza Hut Malang*. Digital Library Universitas Negeri Malang. Diakses tanggal 18 April 2012.
- Azwar, Saifuddin, 2004, *Metode Penelitian*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Brahmantya, Raka Gigih. 2012. *Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Grosir Handphone Indocell Dinoyo Malang*. <http://elibrary.ub.ac.id/handle/123456789/33250>, 05 januari 2012. Diakses tanggal 18 April 2012.
- Dinawan, Rhendria M. 2010. *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang)*. Tesis Program MM Undip Semarang.
- Fandy Tjiptono. 2005. *Brand Management dan Strategy*. Yogyakarta: Andi
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 3. Penerbit BP UNDIP. Semarang.
- Ghozali, Imam. “Aplikasi analisis Multivariate dengan program SPSS”, Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2005
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Penerbit MedPress. Yogyakarta.
- Hermansyah, Lutfi. 2010. *Pengaruh Strategi Pemasaran Word of Mouth terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pembeli CV Jaya Mandiri Interior Jl. Peltu Sujono Malang)*. <http://www.library.um.ac.id>. diakses tanggal 18 April 2012

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. *Principles of Marketing* – 12 th Edition. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi ke- 12. Penerbit Erlangga. Jakarta. Majalah Tempo. 2012. Edisi 20 - 26 Februari.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*, edisi ke-13: Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan K. L. Keller.2009. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Indeks. Jakarta.
- Parasuraman, A. 1997. Reflections on Gaining Competitive Advantage Through Customer Value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Volume 25 No. 2, p. 154-161, Spring.
- Pujihastuti, Isti dan Supadiyono, Agus. 2007. *Pengaruh Nilai Konsumen (Customer Value) terhadap Keputusan Pembelian Produk dengan Kepuasan sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Pelanggan Jangka Pendek dan Jangka Panjang Kartu Prabayar Mentari, PT Indosat)*. Unisma Bekasi.
- Robert W Woodruff. 1997. Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Volume 25 N0.2, hal. 139-153, Spring,.
- Setiadi. 2010. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Grup
- Sernovitz, Andy (2006). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talkin*. Kapan Publishing, Chicago
- Shimp, Terence A (2003). *Periklanan Promosi*. Erlangga, Jakarta.
- Silverman, George (2001). *The Secrets of Word of Mouth Marketing: How to Trigger Exponential Slaes Through Runaway Word of Mouth*. Amacom, New York.

Sugiyono. 2004. "*Metode Penelitian Bisnis*". Bandung : Alfabeta.

Sumardy, dkk. 2011. *The Power of Word of Mouth Marketing*. 1st Ed. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Warsidi. 2009. *Nilai Pelanggan – Customer Value*.. FE Universitas Jenderal Soedirman. Diakses tanggal 18 April 2012.