

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdolvand, A. M., & Abdollah. N. (2007). *The Effect of Customer Perceived Value on Word of mouthand Loyalty In B-2-B Marketing. Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 4(23), 4973-4978. Desember.
- Engel, J. F., Roger D. Blackwell., & Paul, W. M. (Terj). (1994). *Prilaku Konsumen*(edisi ke-1). Jakarta: Binarupa Aksara
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen* (jilid ke-1). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gasperz, V. (2002). *Total Quality Management*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, I. (2013). *Model Persamaan Strukturan Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos 21.0* (cetakan ke-5). Semarang: Badaan Penerbit Undip.
- Hadi, S. P. (2007). *Perilaku Pemasaran* (cetakan ke-1). Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Harjati, L. (2003). *Tidak Cukup Kepuasan Pelanggan diperlukan Nilai Pelanggan Untuk Survival*. *Manajemen Pemasaran*, 10(1), 37-55.
- u
- Hidayat, R. (2009). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), 59-72.
- ICSA Index 2012. (2012, 8-21 November). *SWA*,24, 32-50.
- ICSA Index 2013. (2013, 14-27 November). *SWA*,24, 30-46.
- ICSA Index 2014. (2014, 20-29 November). *SWA*, 22, 40-57.
- Indonesia Most Recommended *Brands* 2013. (2013, 20 Agustus-11 September). *SWA*,18, 34-47.
- Indonesia *Word of mouth* Marketing Index 2012. (2012, 24 Mei- 6 Juni )*SWA*, 12, 36-46.

- Irwanto, A., Fatchur, R., & Noermijati. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Pengaruhnya Pada Terbentuknya Word of mouth di Perumahan Madani Group Jabodetabek*. Jurnal Aplikasi Manajemen, 2 (1), 85-94.
- Ishida, C., & Taylor, S. A. (2012). *An Alternative Measure Of Relative Brand Attitudes*. Journal of Product & Brand Management, 21(5), 317-327.
- Kardes, F. R., Maria L. C., & Thomas W. C. (2008). *Consumer Behavior*. Mason: South-Western Cengage Learning, Diakses 19 Oktober 2014, Dari [Www.Piratebay.Com](http://www.Piratebay.Com).
- Keegan, W. J. (1996). *Manajemen Pemasaran Global* (Edisi ke-3. Jilid ke-1). Jakarta: PT Perhalindo
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (Terj). (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Susanto, A. B. (1999). *Manajemen pemasaran di Indonesia* (Jilid ke-1). Jakarta: Salemba Empat,
- Kusnan, C. L., Suyudi . M., & Ferdinand, A. (2012). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Words Of Mouth (Studi Empirik pada Pelanggan Kentucky Fried Chicken di Semarang)*. Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, 9(2), 1-9.
- Lien, C. H., & Yang, C. (2014). *Examining Wechat Users Motivation, Trust, Attitudes, and Positive Word of mouth:Evidence from China*. Consumer In Human Behavior. (41), 104-111.
- Loudon, D. L., & Albert J. D. (1984). *Consumer Behaviour Concepts and Applications*. Singapore: Mcgraw Hill Book Co.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa dan Praktek* (edisi ke-1). Jakarta: PT Salemba Empat.
- Maharani, D. I., widiyanto, I, & Sugiono. (2012). *Studi Mengenai Peran Kualitas Layanan Dalam Membentuk Kepuasan dan Sikap Pelanggan Terhadap Merek, Serta Konsekuensinya Pada Minat Merefraksikan Merek (Studi Pada Salon Lie Kuang Di Kota Semarang)*. Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, 9(1). 29-30.

- Marhadi, L. S., & Aida, N. (2014). *Analisis Pengaruh Kreativitas Iklan, Daya Tarik Iklan dan Kredibilitas Endorser Terhadap Brand attitude pada Produk Handphone Android di Kota Pekanbaru*. *Jurnal Ekonomi*, 22(1). 1-19.
- Molinari, Lori K., Avart, R. A & Levesque. T. (2008). *Satisfaction, Quality And Value And Effects On Repurchase And Positive Word-Of-Mouth Behavioral Intentions In A B2b Service Context*. *Journal Of Service Marketing*. 22(5). 363-373.
- Mowen, John C., & Michael Minor. (Terj). (2002). *Perilaku Konsumen* (edisi ke-5). Jakarta: Erlangga.
- Perez, R. C., Mafe, C. R., & Blas, S. B. (2013). *Social network loyalty: evaluating the role of attitude, perceived risk and satisfaction*. *Online Information Review*, 37(1), 61-82
- Peter, J. P., & Jerry C. Olson. (Terj). (2000). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*(edisi ke-4, cetakan ke-1). Jakarta: Erlangga.
- Petrick, J. F., Morais, D. D., & Norman, W. C. (2001). *An Examination of the Determinants of Entertainment Vacationers' Intentions to Revisit*. *Journal of Travel Research*, 40, 41-48.
- Pranastiti, Paula. D. W. (2012). *Hubungan Antara Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen dengan Word of mouth Communication Pada Mahasiswa Pengguna Blberry di Universitas Surabaya*. *Jurnal Mahasiswa Universitas Surabaya*, 1(1).
- Rizan, M., & Harun ,A. (2008). *Analisis Asosiasi Merek, Nilai Produk, Kualitas Pelayanan, serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Sepeda Motor di Bekasi*. *Jurnal Siasat Bisnis*, 12(2). 129-147.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sudarmadi. (2014, Juni). Meletakkan Womm Pada Konteksnya. *Swa*, 12, 28-31.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Cv Alfabetha.
- Sumarwan, U. (2002). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Supranto. (2001). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan (Cetakan ke-2). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Suryadi, D. (2014, Juni) Survei Womm 2014: Barisan Merek Yang Paling Banyak Direkomendasikan. *Swa*, 12, 34-54.
- Sviokla, J.J. (1993). *Keeping Customers*. "A Harvard Business Review Book". Dari [Http://Books.Google.Co.Id/](http://Books.Google.Co.Id/)
- Swastha, B., & T. Hani Handoko. (1982). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Sweeney. J. C., & Soutar. Geoffrey N. (2001). *Consumer Perceived Value: The Development of A Multiple Item Scale*. *Journal of Retailing*, (77), 203-220.
- Tjiptono, F. (1997). *Straregi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa* (cetakan ke-2). Malang: Bayumedia Persada.
- Tjiptono, F. (2008). *Straregi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen. (n.d.). diunduh dari Website lembaga perlindungan konsumen: <http://www.perlindungankonsumen.id/index.php/berita-media/artikel/77-undang-undang-perlindungan-konsumen>
- Wahyuningsih. (2005). *The Relationship Among Customer Value, Satisfaction and Behavioral Intentions*. *Gadjah Mada Internation Journal of Business*, 7(3), 301-323.
- Wahyuningsih. (2012). *The Effect Of Customer Value On Behavioral Intentions In Tourism Industry*. *International Research Journal of Business Studies*, 5(1), 1-12.
- Wahyuningsih., & Auhulaila M. P. (2007). *Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Mana Yang Lebih Baik?*. *Forum Manajemen Prasetya Mulya*, 1(1), 59-67.
- Wahyuningsih., & Nurdin. D. (2010). *The Effect Of Customer Satisfaction on Behavioral Intentions*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 1-16.

Yosevina, C. (2008). *Word of mouth*. Forum Manajemen Prasetya Mulya, 2(4), 5-13.