

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, H, 2004, **Consumer Behavior Marketing Action**, Fourth Edition , Boston :Kent Publishing Company.
- Brady, M.K dan Croning J.J.Jr, 2001, " Some New Thoughts on Conceptualizing perceived service quality : A Herarchical Approach", **Journal of Marketing**, Vol 65, page 33-49.
- Davidow, Moshe, 2003, " Have You Heard The Word? Effect of Word of Mouth on Preceived, Kepuasan and Repurchase Intention Following Komplain Handling,"**Journal of Consumer Kepuasan, Ketidak puasan, and Complaining Behavior**, Provo:2003,Vol.16.pg 67.
- Emalia, Tiara, 2011, "Analisis Emotion Marketing dalam Menciptakan Post Purchase Behavior pada Pelanggan Roemah Kopi dan Ngopi doeloe", **Skripsi dipublikasikan**, Prodi Pendidikan IPS, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Engel, J.F et al, 1994, **Perilaku Konsumen**, Jilid 1, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ferdinand, Augusty, 2006, **Metode Penelitian Manajemen (Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen)**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Ghozali, Imam, 2009, **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, *et al*, 2010, E-Wom : Word of Mouth Measurement Scale for E-Service Context, **Journal of Administrative Sciences**, Volume 27: 5-23.
- Harrison, L.Jean-Walker, 2001, "The Measurement of Word of Mouth Communication and An Investigation of Service Quality and Customer Commitment As Potential Antecedents", **Journal of Service Reaserch**, vol 4, No.1, P. 60-75.
- Harsasi, Meirani, 2006, " Word of Mouth dalam Industri Jasa Kaitannya dengan Sikap dan Kemungkinan Membeli, **Jurnal Bisnis Strategi**, Vol 15, No,1,H 31-41.
- Hawskins et al, 1996, **Customer Behaviour: Implication for Marketing Strategy**, Mgraw-Hill, USA.

- Iput,2007,” Word of Mouth Kalahkan Pengaruh Iklan”, <http://nero.com/link.php>, diakses tanggal 6 mei 2011.
- Jones, et al, 2007, “ The Positive and Negative Effect of Switching Costs on Relational Outcomes”, **Journal of Service Reasearch**, Volume 9 ,No 4, 335-355.
- Kertajaya, Hermawan , 2003, **Marketing in Venus**, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2008, **Prinsip-Prinsip Pemasaran**, Edisi 12, Jilid 1, PT. Gelora Aksara Pratama, Alih Bahasa : Bob Sabran.
- Kotler, Philip dan K.L,Keller, 2007, **Manajemen Pemasaran**, Jilid 1, Edisi 12, Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip, 2001, **Principles of Marketing**, New Jersey: Prenticehal,inc.
- Kumar,V.J.Petersen,Andrew.P.Leone,Robert,2002, “How Valuable is Word of Mouth, <http://www.hbrreprints.org> diakses tanggal 9 mei 2011.
- Liljander, Verinoca dan Strandvik, Tore, 1997, Emotion in Service Statification, **International Journal of Service Industry Management**, 8(2), 148-169.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, **Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek**, Jakarta: Salemba empat.
- Mendatu, Ahmanto,2007, “Pembagian Emosi Berdasarkan Nilai Positif dan Negatif, <http://smartpsikologi.blogspot.com/2007/pembagian-emosi-berdasarkan-nilai-html> ,diakses pada tanggal 8 mei 2011.
- Mulyadi, 2007, “**Efektivitas Word of Mouth**”, Marketing 03/VII/Maret,53-54.
- Nugroho, Y Agung Adi,2006, Menumbuhkan Service Loyalty Melalui Kualitas Pelayanan dan Pengelolaan Respon Emosi Konsumen pada Perusahaan Jasa, **Jurnal Manajemen**, Vol 5, No.2.
- Nurhablisyah,2011, Handout Mata Kuliah Komunikasi Pemasaran, <http://ebookbrowse.com/handout-mata-kuliah-komunikasi-pemasaran-desember-2010-pdf-d127276162> ,diakses pada tanggal 16 juni 2011.

- Praswati, Aflit Nuryulia, 2009, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Word of Mouth Terhadap Minat Guna Jasa Ulang (Studi Kasus pada PT Nasmoco di Semarang)”, **Tesis yang di publikasikan**, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- Putri, Rinela, 2007, “Buzz Marketing Paling Efektif di Indonesia”, <http://www.vibiznews.com/new/journal.ph.?id=46&page=sale> ,diakses pada tanggal 8 mei 2011.
- Raharso, Sri, 2008,” Membangun Customer Focused Melalui Keluhan Pelanggan”, <http://sriharso.wordpress.com/tag/komplain-pelanggan/>., diakses tanggal 1 april 2011.
- Rosdiyana, Dianam,2008, “Pengaruh Persepsi Keadilan dalam Pemulihan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan”, **Skripsi dipublikasikan**, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia.
- Rozali,2008, “Emosi dan Motif”, <http://www.psb-psma.org/blog/rozali> , diakses tanggal 9 juni 2011.
- Setianingrum, Laksmi Tri Utami, 2010,” Analisa Pengaruh Dimensi Kualitas layanan terhadap Positive Word of Mouth dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Rumah Sakit Roemani Muhammadiyah Semarang”, **Skripsi tidak dipublikasikan**, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Stanton, W.J Dany Lamarto, 2002, **Prinsip Pemasaran**, Jilid 1, Erlangga.
- Sugiyono,2000, **Metode Penelitian Bisnis**, Bandung : CV Alfabeta.
- Sumarni, Saptaningsih, 2008, “Fenomena Word of Mouth Marketing dalam Mempengaruhi Keputusan Konsumen”, <http://www.upy.ac.id/site/?pilih=news&aksi=lihat&id=9> , diakses tanggal 9 mei 2011.
- Sutisna ,2007, **Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran**, Bandung: Rosda karya.
- Tjiptono, Fandy, 2006, **Pemasaran Jasa**, Bayu Media, Malang.
- Widiyanto, Ibnu, 2008, **Pointers Metodologi Penelitian**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.