

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2010. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Salemba Empat
- Ali Hasan, 2013, *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan*, PT. Buku Seru, Jakarta.
- Andrologi, Febrian. 2014. Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty dan Dampaknya Terhadap Brand Equity. *Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*. http://eprints.undip.ac.id/43437/1/01_ANDROLOGI.pdf. Diakses 10 Februari, 2016.
- Anggara Lugina dan Elvira Azis, 2015, Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Konsumen Roti Gempol, *e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3 Desember 2015 | Page 2779*
- Annisa Mayga Anggitasari, 2016, Pengaruh EWOM Terhadap Brand Image Dan Brand Trust, Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk Smartphone Iphone (Studi pada Masyarakat di Yogyakarta), *Jurnal Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta*
- Bunga Revina Nyana Kumari Natih, 2015, Pengaruh Kesadaran Merek, Loyalitas Merek Dan Kualitas Yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Yamaha Mio di Surabaya, *Jurnal Manajemen Perbanas Surabaya 2015*
- Chi, H. K., Huery R. Y., dan Ya T. Y. 2009. The impact of brand awareness on consumer AGORA Vol 6. No: 1, (2018) 1-7 purchase intention: the mediating effect of perceived quality and brand loyalty. *The Journal of International Management Studies*, 4(1), 135-144.
- Desi Arista Dan Sri Rahayu Tri Astuti, 2011, Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen, *Aset*, Maret 2011, hal. 37-45 Vol. 13 No. 1
- Devonalita Agusli dan Yohanes Sondang Kunto, 2013, Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2, (2013) 1-8*
- Durianto, Darmadi. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Erna Ferrinadewi. 2008. *Merek dan Psikologi Merek* : Yogyakarta : Graha Ilmu
- Farida Jasfar, 2009, *Manajemen Jasa*, Ghalia, Bogor.
- Ferdinand, Augusty, 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, edisi kedua, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivarians dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Hatane Samuel dan Adi Suryanata Lianto, 2014, Analisis EWOM, *Brand Image*, *Brand Trust* dan Minat Beli Produk *Smartphone* di Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga:Jakarta.
- Kamilia Indah dan Agung Budiarmo, 2018, Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Scoopy Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Nusantara Sakti di Kota Semarang), *Jurnal Manajemen*. Vol.1. No.1. 2018
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran jilid 2*, edisi kesebelas, Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-13 jilid 2). Jakarta: Erlangga,
- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana
- Kustini. 2011. Analisis Pemakaian Gaya Bahasa Pada Iklan Produk Kecantikan Perawatan Kulit Wajah Di Televisi. *Jurnal Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret*. <https://core.ac.uk/download/files/478/12345327.pdf>.
- Lau, Geok Theng and Sook Han Lee. (1999). Consumer Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*. 4.
- Linggar Aprilia, 2016, Pengaruh *Word Of Mouth*, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mie Akhirat di Surabaya), *Bisnis dan Manajemen –Volume 8 No. 2 Februari 2016*
- Mahendrayasa, dan Hanu C, Kumadji, Srikandi, Abdillah, Yusri. 2014. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 12 No. 1 Juli 2014*, hal. 1 – 7.
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., Iqbal, H. K., Riaz, U., Hassan, N., Mustafa, M., & Shahbaz, S. 2013. Importance of brand awareness and brand loyalty in assessing purchase intentions of consumer. *International Journal of Business and Social Science*, 4(5), 123-129.
- Mowen, John C & Minor, Michael, 2008, *Consumer Behavior*, Edisi Keenam, Prentice-Hall, Inc, New Jersey.
- Muhamad Fahmi Rizanata, 2014, Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap *Word Of Mouth*, Niat Beli dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret Di Surabaya, *Journal of Business and Banking Volume 4, No. 1, May 2014*, pages 31 –42
- Mohammad Pambudi Ary Wicaksono dan Ni Ketut Seminari, 2016, Pengaruh Iklan Dan *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Traveloka, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.8, 2016: 5098-5127

- Novi Tria Mardalena, Rahman Lubis dan Sorayanti Utami, 2018, Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek Dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Produk Luxuri Fashion Brand Dengan Gender Sebagai Moderating Pada Pemasaran Media Sosial Di Kota Banda Aceh, *Jurnal Magister Manajemen Volume 2, No. 1, Januari 2018*
- Ovioudou. 2009. The Importance Of Brand Awareness In Consumers' Buying Decision And Perceived Risk Assessment. *Babeş-Bolyai University of Cluj-Napoca*.
- Rangkuti, F. 2014. *The power of brand*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sari, Astuti. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang. *Jurnal Manajemen. Vol.1. No.1. 2013*
- Schifman, L,G dan Leslie Lazar Kanuk, 2007. "*Consumers Behavior*", Edisi ke 7, New Jesej: Prentice-Hall, Inc.
- Simamora, B. 2013. *Aura merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, 200136, Statistika Untuk Penelitian, Bandung : CV. Alfabeta.
- Susanto, W. 2013. *Power Branding*. Bandung: Quantum.
- Tatik Suryani, 2008, *Perilaku Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Terrius Purnomo, 2018, Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Pada Konsumen Herbalife di Surabaya, *AGORA Vol 6. No: 1, 2018. 1-7*
- Thoriq Anugrah Fatra Pradana dan Eka Yuliana, 2015, Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Konsumen Jasa Reservasi Hotel Secara *Online* Pada Situs www.goindonesia.com, *e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3 Desember 2015 | Page 2611*
- Tio Kharisma Yunanto, 2016, Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Word Of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Transportasi Gojek Di Kota Tangerang Selatan, *Jurnal Manajemen Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*
- Trusov, Bucklin, dan Pauwels. 2009. Effects of Word-of-Mouth Versus Traditional Marketing: Findings from an Internet Social Networking Site. *Journal of Marketing* Vol. 73, pp 90–102. <http://bear.warrington.ufl.edu/weitz/mar7786/Articles/Trusov%20et%20al%202009%20social%20network.pdf>. Diakses 22 Mei, 2016