

Daftar Pustaka

- Adi Satria, A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 1, April 2017* .
- Amirullah, S. M. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Malang: Bayumedia Publishing .
- Amindoni, A. (2018, Februari 15). *Ekonomi digital mulai moncer, ini dia daftar unicorn dari Indonesia*. Dipetik Maret 27, 2019, dari www.BBC.com: <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-43058059>
- Anandari, R., & Napu, D. M. (2016). Pengaruh *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Domestik Di Davina Tour And Travel Gorontalo. *Tourism And Hospitality Essentials (The) Journal, Vol.Vi* .
- Burhan Bungin, S. M. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Connypermadi, P., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap *Word of mouth* Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)/Vol. 10 No. 1* .
- Darren, F., & Haryadi, E. (2015). Pengaruh Moderasi *Word of mouth* Terhadap Hubungan Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian Rumah “Paramount Land. *Jurnal Manajemen [Vol. 12 No. 2* .
- Dewi, D. R., M2, M. M., & P3, P. D. (2014). Pengaruh *Word of mouth*, Tingkat Pendapatan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang).

- Hafilah, E. (2015). Pengaruh Wom Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Strata 1 Di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Harahap, M. A. (2013). Analisis Pengaruh *Brand image* Dan *Word of mouth* (Wom) Terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fe Uny).
- Hasyim, M. A., Fauzi, A., & Fanani, D. F. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap *Word of mouth* Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015-2015/2016 Pembeli Handphone Samsung Galaxy). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)/Vol. 43 No.1* .
- Hendroyono, H. (2012). *Brand Gardener*. Jakarta: Literati.
- Juliansyah Noor, S. M. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Junita, S. (2015). Hubungan *Brand image* Dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Iphone Series.
- Kartajaya, H., & Ridwansyah, A. (2012). *Branding With Character, The Principeles*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal Emba Vol.1 No.3 September 2013* .
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management, 14th Edition*. United States: Pearson Education.
- Kristiana, N., & Wahyudin, N. (2012). Pengaruh Persepsi Atribut Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mobil Merek Isuzu Elf Studi Pada Pt. Karya Zirang Utama Isuzusemarang. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan, Vol 3 Nomor 1* .

Lin, L. Y., & H Lu, C. Y. (2010). The Influence Of Corporate Image, Relationship Marketing, And Trust On Purchase Intention: The Moderating Effects Of *Word of mouth*. *Journal Of Consumer Marketing*, Vol. 14 .

Making Indonesia 4.0: Strategi RI Masuki Revolusi Industri Ke-4. (t.thn.). Dipetik Maret 27, 2019, dari <http://www.kemenperin.go.id>: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18967/Making-Indonesia-4.0:-Strategi-RI-Masuki-Revolusi-Industri-Ke-4>

Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.

Maxwell, J. C., & L. P. (2012). *25 Ways To Win With People*. Surabaya: Pt Menuju Insan Cermelang.

Morgan, J. (2012). *Brand Against The Machine*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

Mullins, J. W., & O. C. (2010). *Marketing Management A Strategic Desicion-Making Approach*. New York: McGraw-Hill/Irwin.

mymartinpays.com Traffic Statistics. (t.thn.). Dipetik Maret 27, 2019, dari www.alexa.com: <https://www.alexa.com/siteinfo/mymartinpays.com>

Nugraha, F. A., Suharyono, & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab) || Vol. 22 No. 1* .

Oliviana, M., Mananeke, L., & Mintardjo, C. (2017). Pengaruh *Brand image* Dan Wom (*Word of mouth*) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rm.Dahsyat Wanea. *Jurnal Emba Vol.5 No.2* .

Phillips, C. C. (2013). *The Passion Conversation*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

- Prasad, G. T. (2016). Social Media Usage, Electronic *Word of mouth* An Purchase-Decision Involvement . *Asia Pasifik Journal Of Business Administration* .
- Prasetyo, A. (2016). Pengaruh Strategi Promosi Dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopiganes. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 1* .
- Priyanto, D. (2014). *Spss 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Putra, D. N. (2015). `Pengaruh *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Roti Gempol Dan Kopi Anjis. *E-Proceeding Of Management : Vol.2, No.1* .
- Setnovitz, A. (2012). *Word of mouth Marketing*. Texas: Greenleaf Book Group Press.
- Ujang Sumarwan, M. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Utami, M. M., & Hanum, A. N. (2010). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi *Word of mouth* Mahasiswa Unimus.
- Wicaksono, M. P., & Seminari, N. K. (2016). Pengaruh Iklan Dan *Word of mouth* Terhadap Brand. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.8*, .
- Yasmin, P. A. (t.thn.). *Tanggapan Pelaku MLM soal Rekomendasi Bisnis Haram dari NU*. Dipetik Maret 27, 2019, dari finance.detik.com: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4450663/tanggapan-pelaku-mlm-soal-rekomendasi-bisnis-haram-dari-nu>.