

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Basri, N.A.H, Ahmad, R, Anuar, F.I ,Ismail, K.A.2016 .Word of Mouth of Purchase Decision. *Asian Journal of Quality of Life*. Desember 2016.
- Gecti, F and Zengin, H. 2013. The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey. *International Journal of Marketing Studies*, 5(2): 111-119.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hani, H. 2010. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Edisi Kedua. BPFE UGM. Yogyakarta.
- Hanifah. 2017. Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 6 (11).November 2017.
- Hasan, A. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Kotler, Philip danAmstrong, Gary 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1.Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- _____K.L. Keller. 2012. *Marketing Management* 14th ed. Pearson. England Education Limited.

- Kotler, P dan G. Amstrong. 2013. *Prinsip - prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2014. *Prinsip - prinsip Pemasaran*. Edisi Revisi. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.
- Machfoedz, M. 2013. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cetakan Ketiga. Cakra Ilmu. Jakarta.
- Masri, S. 2009. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta.
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Priyanto, D. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Edisi Kesatu. ANDI. Yogyakarta
- Purwati. 2012. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti). Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Rusadi, M.D.N. 2014. Pengaruh Atribut Produk dan Motif Hedonic Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu & Riset Pemasaran*. Vol 3 (7). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA). Surabaya.
- Samuel, H. dan Lianto, A.S., 2014. Pengaruh analisis EWOM, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya. *Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya*. Vol.8, No.2
- Santoso, S. 2011. Statistik Multivariat. PT Elek Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.

- Sari, P.S. 2016. Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 5 (6). Juni 2016.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suprpti, N.W.S. 2010. *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Udayana University Press. Denpasar.
- Swastha, B dan Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran ,Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama.Cetakan Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Swastha, B. 2009.*Azas-azas Marketing*. Lyberty.Yogyakarta.
- Soewito, Y.2013. Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA*. Vol 1 (6). Juni 2013.
- _____.2009. *Strategi Pemasaran Jasa*. CVAndi. Yogyakarta.
- Tamumu, M dan Tumewu, F. 2014. Analyzing The Influence or Price and Product On Buying Decision Honda Matic Motorcycles in Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 2 (3). September 2014.
- Tjiptono, F. 2008.*StrategiPemasaran*. Andi OFFSET. Yogyakarta.
- Wilujeng, S. R dan M. Edwar. 2014. Pengaruh Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame. *Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi*. Vol 2 (1). 2014
- William J. & Stanton. 2009. *Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Jakarta. Erlangga

Samuel, H. dan Lianto,A.S., 2014. Pengaruh analisis *EWOM*, *Brand Image*, *Brand Trust* dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya. *Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya*. Vol.8, No.2

