

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Arifin, Zainal. (2008). *Metodelogi Penelitian*, Surabaya : Lentera Cendikia.
- Arfy dan Ilhamudin (2013) *Pengaruh Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bermerek (Studi Pada Komunitas Pengguna Kamera DSLR Merek Nikon Dan Canon)*. Jurnal Universitas Brawijaya Malang
- Billon dan Tardieu (2002) *Buzz Marketing*. New York: Portfolio
- Bansal, H.S. & Voyer, P.A. (2007). *Word-of-Mouth Processes within a Services Purchase Decision Context*. 165-177.
- Dharmmesta, B.S. & Handoko, T.H. (2008). *Manajemen. Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta
- Dian. Ayu, (2013). *Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300*. Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen. Universitas Negeri Surabaya. Jurnal Ilmu Manajemen/Volume 1 Nomor 1 Januari 2013. Blogs. Unpad.ac.id/ gaya hidup/
- Engel, dkk. (2000). *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid I. Binarupa Aksara
- Engel, J.F. (2001). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara.
- Harrel, Gilbert. (2000). *Consumer Behavior*. San Diego: Harcourt. Brace Jovanovich
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Ivanovic A. dan Collin, P.H (2004). *Dictionary of Marketing. Third edition. Bloomsbury Publishing Plc, United States of America*.
- Kotler, Philip. (2009), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary armstrong, (2009), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, jilid 2, Jakarta: Erlangga.

- Kumar, Ramesh (2009), *consumer behavior and branding concepts, readings and case*. India: pearson education in south asia
- Morrisey. 2(007). *Economics Of Strategy*. 4th Edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Nugroho, J. Setiadi, (2003), *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Peter. J.P dan Olson, J.C., (2000), *Consumer Behaviour : Perilaku. Konsumen dan Strategi Pemasaran*, jilid 1 dan jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Preece J. dan Turoff, M. A. (2002). *Conceptual framework for demographic groups resistant to on-line community interaction*.
- Prasetijo, R dan Ihalaui, J (2005), *Perilaku Konsumen*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Pranoto. Bambang, (2008). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor*, Jurnal Ilmiah Faktor Extra Vol.1 No. 2
- Putri, dkk (2016), *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Legipait Coffeeshop Malang)*. Jurnal, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
- Puspitasari (2018) *Pengaruh Buzz Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Chocolicious di Kota Makasar*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makasar
- Zulkifli. Amsyah, 2010. *Manajemen Sistem Informasi Edisi 2*, PT. Gramedia
- Tarigan, Henry Guntur. 2008. *Membaca sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. (Bandung: Angkasa).
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka. Utama, Jakarta.
- Setiadi, Nugroho. J. (2008), *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Kencana
- Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, Ujang, (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor

Sumardy dkk. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: PT.

Wedyastuti. A.T, (2012). *Analisis Pengaruh Promosi, Grup Referensi (Reference Group) dan Keluarga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kecantikan Pond's Skin Whitening Di Kota Malang*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.

