

## DAFTAR PUSTAKA

- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fill, Chris. (2009). *Marketing Communications*, (Edisi ke-5). Pearson Education Limited.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Terjemahan, Edisi ke-12 jilid 1). Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Terjemahan, Edisi ke-13 jilid 1). Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Terjemahan, Edisi ke-13 jilid 2). Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Mowen, John C., dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. (Terjemahan, Edisi ke-5 jilid 1). Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2002). *Perilaku Konsumen*. (Terjemahan, Edisi ke-5 jilid 2). Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Dani.
- Rangkuti, Freddy. (2011). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan., dan Achmad Engkos Kuncoro. (2011). *Cara Mudah Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.

- Riduwan. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. (2010). Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. (Terjemahan, edisi ke-7). PT Indeks.
- Shimp, Terence, A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. (Terjemahan, edisi ke-1 jilid 5). Jakarta: Erlangga.
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Smith, P. R., dan Jonathan Taylor. (2010). *Marketing Communications: An Integrated Approach*.
- Sugiyono. (2009). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sumardy, Marlin Silviana, dan Meilina Melone. (2010). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Supramono dan Oktavian Jony Haryanto. (2005). *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. Yogyakarta: Dani.
- Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. (Edisi 1). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Taniredja, Tukiran dan Mustafidah Hidayat. (2011). *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono Fandy (2009). *Service Marketing. Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Griffin W. Ricky dan Ebert J. Ronald (2007). *Bisnis* (edisi ke-8 jilid 1). Penerbit Erlangga.

Sumber:

[http://books.google.co.id/books?id=TGIFD\\_Huj7UC&pg=PA283&dq=karakteristik+konsumen+usia+antara+26+%E2%80%93+50+tahun&hl=id&sa=X&ei=WvACUOvIPMaGrAe1r4WoBg&ved=0CCwO6AEwAA#v=onepage&q=karakteristik%20konsumen%20usia%20antara%2026%20%E2%80%93%2050%20tahun&f=false](http://books.google.co.id/books?id=TGIFD_Huj7UC&pg=PA283&dq=karakteristik+konsumen+usia+antara+26+%E2%80%93+50+tahun&hl=id&sa=X&ei=WvACUOvIPMaGrAe1r4WoBg&ved=0CCwO6AEwAA#v=onepage&q=karakteristik%20konsumen%20usia%20antara%2026%20%E2%80%93%2050%20tahun&f=false)

## Sumber Skripsi dan Jurnal

Erida. *Pengaruh kepuasan konsumen dan intensif terhadap perilaku WOM (Word Of Mouth) konsumen jasa angkutan penumpang bis antar kota antar propinsi kelas eksekutif di Bandung.* Jurnal Manajemen Pemasaran Modern Vol. 1 No.1 Januari-Juni 2009 (24 Januari 2012)

Sumber: <http://www.findthatfile.com/search-5662976-hPDF/download-documents-vol1no12009revisi-pdf.htm>

Febriani, Dahniar., Endah Mujiasih, dan Unika Prihatsanti. *Hubungan antara persepsi terhadap Word Of Mouth (WOM) dengan intensi membeli makanan vegetarian pada mahasiswa fakultas psikologi Universitas Diponegoro.* Jurnal Psikologi Undip Vol. 10 No. 2, Oktober 2012 163-172

Sumber: <http://www.ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/view/2891>

Fang, Cheng-Hsi., Tom M.Y. Lin, Fangyi Liu, Yu Hsiang Lin, (2011). *Product Type and Word of Mouth: A Dyadic Perspective.* Journal of Research in Interactive Marketing, Vol. 5 Iss: 2/3, pp.189 – 202

Sumber: [www.emeraldinsight.com](http://www.emeraldinsight.com)

Firmansyah. (2010). *Hubungan Word of Mouth Communication (Komunikasi dari Mulut ke Mulut) dengan Keputusan*

*Pembelian Konsumen: Studi Korelasional Jasa Rental VCD dan DVD pada Club Video Bandung.* Unpad.

Ha, Hong-Youl. (2002) *The Effects of Consumer Risk Perception on Pre-purchase Information in Online Auctions: Brand, Word-of-Mouth, and Customized Information.* [JCMC vol 8 \(No. 1\) Oktober 2002](#)

Sumber: <http://jcmc.indiana.edu/vol8/issue1/ha.html>

Harumawati, Murbawani. (2011). *Pengaruh word of mouth communication melalui media jejaring sosial terhadap proses keputusan pembelian kamera Lomography (Studi pada Komunitas Online Lomonesia Bandung).* IM Telkom

Hidayat, Taufik. *Parade Merek Rekomendasi Konsumen.* SWA  
sembada Edisi 29 April – 5 Juli 2009

Kurniawati, Ane dan Lutvia, Evi. (2011). *Pengaruh Delivery Service dan Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (survey pada restoran Cepat Saji KFCAsia Plaza Tasikmalaya.* Jurnal magister manajemen volume 4 nomor 2 juni 2011.

Lang, Bodo. (2011). *How Word of Mouth Communication Varies Across Service Encounters.* Managing Service Quality, Vol. 21 Iss: 6, pp.583 – 598

Sumber: [www.emeraldinsight.com](http://www.emeraldinsight.com)

Mahyuni, Hendra. (2010). *Hubungan Elektronik Word of Mouth Communication dengan Keputusan Konsumen Membeli iPhone 3GS: Studi di forum Mac Club Indonesia.* Unpad.

Sukotjo, Hendri dan Radix A., Sumanto. *Analisis Marketing Mix-7P (Product, Price, Promotion, Place, Participant, Procces, dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya.*

Sumber: <http://www.scribd.com/doc/77552514/Jurnal-Analisa-Marketing-Mix>

W. Glynn Mangold, Fred Miller, Gary R. Brockway, (1999), *Word-of-Mouth Communication in The Service Marketplace*. Journal of Services Marketing, Vol. 13 Iss: 1, pp.73 – 89

Sumber: [www.emeraldinsight.com](http://www.emeraldinsight.com)

Zamil, Ahmad M. *The Impact of Word of Mouth (WOM) on the Purchasing Decision of the Jordanian Consumer*. Penelitian Journal of International Studies edisi 20, September 2011

Sumber: [http://www.eurojournals.com/RJIS\\_20\\_03.pdf](http://www.eurojournals.com/RJIS_20_03.pdf)