

DAFTAR PUSTAKA

- Angga, D., & Santoso, B. (2015). ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN JASA BIRO PERJALANAN WISATA “HOBI WISATA TOUR & TRAVEL” JEMBER. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 1–15.
- Bungin, Burhan (2006). *Metodologi Penelitian*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage*. 11th Ed. New York: McGraw Hill.
- Chase, Richard B., F. Robert Jacobs, Nicholas J. Aquilano. (2006). *Operations management for competitive advantage 11 th edition*. Universitas Indiana: McGraw-Hill/Irwin.
- Chumairah, Shara dkk (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Media Sosial (Instagram) dan E-SERVQUAL terhadap Keputusan Pebelian “Sate Taichan GorengCabang Tebet”*. *Epigram* Vol.5 No.
- Dharmmesta, B.S. dan Handoko, T.H. 1982. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Liberty : Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fildzah, Nur Amalina dan Sari, Devilia (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop ALCO Di Media Sosial Instagram*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*. Vol.11. No.2. Hal: 99-112
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). *Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1757>
- Ismayanti dkk (2015). *Dalam jurnal Pengaruh Kepercayaan dan E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Akomodasi di Bali Pada Situs Booking.com*. Fakultas Pariwisata UNUD.

- Jalilvand (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth*. Erlangga, Jakarta.
- Kietzmann, J. & Canhoto, A. (2013). Bittersweet! Understanding and Managing Electronic Word of Mouth. *Journal of Public Affairs*, 13(2), 146-159
- Kotler, P. & Gertner, D. (2002). *Country as brand, product and beyond*. The Journal of Brand Management.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management* (14 ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Kevin L Keller. (2012). Manajemen Pemasaran, Analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian, Jilid II. Jakarta : Erlangga.50 – 53, 187 – 188.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2007). Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management*. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.
- Kotler, Philip. (2002). Manajemen pemasaran. Jilid kedua. (10th ed). Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Malhotra. 2007. *Marketing Research An Orientation*. International Edition: Person.
- Mullins, Walker, Boyd (2008). *Marketing Manajement*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Putrantti, Horonata R.D dan Pradana Denny (2015). *Electronic Word Of Mouth (E-WOM, Keputusan Pembelian dan Pengaruh Langsung dan Tak Langsung Terhadap Minat Beli Konsumen*. Media Ekonomi dan Manajemen. Vol. 30 No. 1
- Qomariah, N. (2016). Marketing Adactive Strategy. Cahaya Ilmu. https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY

- Rosendorff, D. (2003). *Brand Boosting-Blurring the Line between Entertainment and Endorsment*. Australian Screen Education Online, (32), 28.
- Rossiter, J. R., & Smidts, A. (2012). *Print advertising: Celebrity presenters*. Journal of Business Research, 65(6), 874-879
- Sa'dullah, & Azhad, M. N. (2015). Analisis persepsi kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap keputusan perdagangan ikan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 61-75.
<http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/viewFile/15/13>
- Saladin, Djasim (2009). *Strategi E-Word Of Mouth yang Kreatif Edisi Pertama*. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Santosa, Teguh Alvendo (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualits Produk, *Store Atmosphere*, dan *E-WOM* Terhadap Proses Keputusan Pembelian . *Jurnal Manajemen Maranatha*. Vol.18 No.2, Hal:143-158.
- Sarwono, Jonathan, (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk, Leslie Lazar. 2009. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa Zulkifli Kasip. Jakarta : PT. Indeks Group Gramedia.
- Septian, Herwan Eko dan Lestariningsih, Marsudi (2019). PengaruhKulitas Pelayanan, *Celebrity Endorse* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 8. No.9
- Shandy, Bobbi (2018). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *WOM* terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha. *Jurnal Digest Marketing*. Vol.3. No.1
- Shimp, Terence A, 2003. *Periklanan E-Word Of Mouth Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terjemahan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari Edisi Kelima Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Siswandi, Rizky Annisa (2019). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Korean Wave*, *Brand Image*, *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 8. No.9
- Spais, G. (2010). Search Engine Optimization (SEO) as a dynamic online promotion technique: The implications of activity theory for promotion managers. *Innovative Marketing*, 6(1), 7-24.

- Sudarita, Yolla Mulia Ilhawa May (2020). Pengaruh *E-WOM* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Commercium*. Vol.03. No.01. Hal: 36-40
- Sugiono. 2010. Metode Penelitian Tindakan Kelas Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2010). Penelitian Kualitatif. CV. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Yuliando (2013). Dalam Jurnal Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Negeri Malang.
- Zaini, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2020). Dampak Harga Produk , Promosi , Lokasi Dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Penelitian IPTEKS, 5(1), 151–160.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. and Gremler, D. D. (2009), *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 5th edition, New York: McGraw-Hil