

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba. *Diponegoro journal of management* 2.
- Almana, A., & Mirza, A. (2013). The Impact of Electronic Word of Mouth on. *International Journal of Computer Applications*, 23.
- Doni, D., Daud, I., & Welly, N. (2016). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan Tahun XIII No 2*.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari mulut ke mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Khammash , D. (2008). ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH: ANTECEDENTS OF. *IADIS International Conference*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler; Armstrong. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Lee, J. E., & Wtkins, B. (2016). YouTube vloggers' influence on consumer luxury brand perceptions. *Science Direct*.
- LI, X. G. (2011). Corporate-, Product-, and User-Image. *Jurnal of Computer*, 2.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa, cetakan keempat*. Jakarta: Saleba Empat.
- Sawastha, B., & Dharmesta. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Kedua*. Yogyakarta: Liberty.

- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEKS.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Simamora, B., & Johanes, L. (2004). *Aura Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kedelapan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sutanto, M., & Aprianingsih, A. (2016). THE EFFECT OF ONLINE CONSUMER REVIEW TOWARD. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 218.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Zhao, X., Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.