

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Ali Hasan, S. E. (2010). Marketing dari mulut ke mulut. Media Pressindo.
- Basu, Swastha, & Irawan. (2001). Manajemen Pemasaran Modern. Liberty: Yogyakarta
- Belch, George E. & Michael A. Belch. (2009). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. 8th Edition. New York: McGraw-Hill
- Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. California: Sage Publications.
- Effendy, O. U. (2003). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ferrinadewi, Erna, 2008. Merek dan Psikologi Konsumen. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Firmansyah, M. A. (2020). Komunikasi pemasaran. Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M. (2014). Marketing Management 14/e. Pearson.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kriyantono, R. (2009). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana Prenada Media
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). Manajemen pemasaran jasa. Language, 18(298p), 26cm.
- Moleong, L. J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M.A. 2015. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Penerbit Kencana
- Mulyana, D. (2005). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, D. (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2002. Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar. PT Remaja Rosdakarya: Bandung

Nugrahani, F. (2014). Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. Solo: Cakra Books.

Pasuruan: Penerbit Qiara Media.

Raco, J. . (2010). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Sari, C. A. S. (2017). Teknik Mengelola Produk dan Merek. Gramedia Pustaka Utama.

Schiffman dan Kanuk. 2014. Perilaku Konsumen. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2004). Consumer Behavior (8th ed). New Jersey: Prentice Hall.

Schultz, D. E., & Schultz, H. F. (2004). IMC: The Next Generation: Five Steps for Delivering Value and Measuring Returns Using Marketing Communication. US: McGraw Hill..

Setiadi, J. N. (2008). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategidan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media Group.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sumardy, M. S., & Melone, M. (2011). The power of word of mouth marketing. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sutisna, S. E. (2002). Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran.

Sutisna. (2002). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

Sutisna. 2002. Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

Wijayanti, T. (2012). Managing Marketing Plan (Teori dan Praktek). Jakarta: Exelmedia

SKRIPSI :

Backsin, R.B. 2012. “Pengaruh Komunikasi Word of Mouth terhadap Minat Beli Khalayak: Studi pada Mahasiswa Universitas Indonesia Depok terhadap Produk Maicih Tahun 2011”. Skripsi. Depok: Universitas Indonesia.

Gunawan, A. E. (2011). Pengaruh Media Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepedamotor Honda. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Rifki, A. F. (2018). WORD OF MOUTH SEBAGAI ALAT PROMOSI UNTUK MEMPEROLEH KONSUMEN (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Ivan Citra Yan Adventure Yogyakarta) (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).

Prabowo, H. C. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaraan Digital Agency Coconut Indonesia (Studi Kasus Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Agency Coconut Indonesia Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa) Universitas Sebelas Maret.

JURNAL :

Baker, M. J., & Cameron, E. (2008). Critical success factors in destination marketing. *Tourism and hospitality research*, 8(2), 79-97. Branding dan Tantangan Eksistensi Produk). *Jurnal Channel*, 5(1).

Diwati, F., & Santoso, T. I. (2016). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Bisnis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *EBBANK*, 6(2), 33-54.

Fadillah, D. (2015). Model Komunikasi “WOM” Sebagai Strategi Pemasaran Efektif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 15(1), 66-74.

Gaeni, N. R. A (2022). Strategi Pemasaran Media Sosial pada Branding

Kustini, N. I. (2011). Experiential marketing, emotional branding, and brand trust and their effect on loyalty on Honda motorcycle product. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 14(1).

Lantara, A. A. M. O., & Pramudana, K. A. S. (2020). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Doctoral dissertation, Udayana University).

Nastain, M. (2017). Branding dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep

Perusahaan Sandy Collection. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2).

Putri, N. D., & Ardhanariswari, K. A. (2020). Sinergitas Marketing dan Promotional Mix dalam Konsep Sustainable Tourism sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 85-94.

Saptaningsih Sumarni, (2008). Fenomena Word Of Mouth marketing dalam mempengaruhi keputusan konsumen.

Wijaya, B. S. (2013). Dimensions of brand image: A conceptual review from the perspective of brand communication. *European Journal of Business and Management*, 5(31).

