

DAFTAR PUSTAKA

1. Achmadi, Narbuko, 2007. *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara, Jakarta.
2. Agustian, W . “Pengaruh Persepsi konsumen terhadap Pembelian di Indomaret unit 2 Pandjaitan 2 Plaju Palembang : Seminar Nasional Informatika (2013)
3. Brown,et al., (2005), “spreading the word : investigating antecedents of customer’s positive word of mouth intention and behavior in retailing context”,academy of marketing science journals, Vol 33 no 2. P.123-138
4. Chen, Y. C., Shang, R. A., &Li, M. J. (2014). The effects of perceived relevance of travel blogs’ content on the behavioral intention to visit a tourist destination. *Computers in Human Behavior*, 30, 787-799. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.05.019>.
5. Dhaemmesta, Basu Swastha, Handoko, T. Hani, (2011). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen (Edisi 1)*. Yogyakarta: BPFE.
6. Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi 4, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2009.
7. Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi 5, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2011.
8. Hair, J.F., et. Al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th edition). New Jersey: Pearson Education Inc.
9. Hummod, M. A-S. “Impact of The Movable Word (Word of Mouth) on the Decision to Purchase of the Youth for the Smartphones”:137No.3 (2016)
10. Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan)*, Edisi Kelima. Penerbit Erlangga : Jakarta.
11. Irawan, Prasetya (2007). *Penelitian kualitatif dan kuantitatif untuk ilmu – ilmu sosial*, Jakarta, Departemen ilmu administrasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Indonesia
12. Jioesyiana, K. (2018). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Media Online Shop* Shopeedi Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Valuta*, 4(1).
13. Kotler, Philip & Keller, K. L, 2016, *Manajemen Pemasaran (Edisi 15)*. Ebook: Pearson.
14. Lamb, ChalesvW., Hair, Joseph F., and Mc Daniel, Carl (2001). *Penerjemah david Octarevia*, Jakarta: Salemba Empat.
15. Prasetyo, Fauzi, & Sanawiri. “Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian : Jurnal Administrasi Bisnis Vol 61 No.3 (2018).
16. Priyanto, D. 2011. *Buku Saku SPSS*. Cetakan Ke- 1. MediaKom. Yogyakarta.

17. Ponte EB, Trujillo EC, Rodriguez TE. 2015. Influence of trust and perceived value on the intention to purchase travel online : Integerating the effects of assurance on trust antecedent. *Tourism Management* 47: 286-302. <http://doi.org/10.1016/j.tourman> 2014.10.009
18. Rachmawati, Muflikhati. “*The Influence of Perception on Purchasing Decision of Soy Sauce Sachet in Rural and Urban Area*”. “*Journal of Consumer Science* Vol.02, No.02 :1-14 (2017).
19. Hidayat R, Lubis DID, “pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada sekolah tinggi ilmu manajemen sukma medan” *jurnal ilman* Vol 5 No 1 :15-24 (2017)
20. Sari, F., & Panhestuti, E. (2018). Pengaruh Electronic *Word of Mouth* (E- wom) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(1),189-196.
21. Sekaran, Uma. (2006). *Researh Methode for Business: Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
22. Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
23. Sutisna, 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi kedua. Bandung.
24. Suharyadi, Purwanto, 2004. *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Jakarta.
25. Wardhani, Sumarwan & Yuliati. “Pengaruh Persepsi dan Prefensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian *Green Product*”, *Jurnal Manajemen dan Organisasi* Vol VI, No.1 (2015)

