

DAFTAR PUSTAKA

- A. Yunita dan Jony Oktavian. 2012. Pengaruh *Word of Mouth*, Iklan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen Es Krim Magnum. *Jurnal Manajemen Teknologi Volume 11 Nomor 1*.
- Adji, J. dan Samuel, H. 2014. Pengaruh *Satisfacion* dan *Trust* Terhadap Minat Beli Konsumen di *Starbuck The Square* Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran Petra Vol 2 Nomor 1 : 1-10*.
- Babin et al. 2005. Modeling Consumer Satisfaction and Word of Mouth : Restaurant Patronage in Korea. *The Journal of Service Marketing 2005 19, 3 pg 133*. ABI/INFORM Research.
- Berger, Jonah. 2014. Word of Mouth and Interpersonal Communication : A Review and Directions for Future Research. *Journal of Consumer Psychology Vol 24: 586-607*.
- DEPKES RI. 2009. Kategori Umur Menurut Depkes RI. <http://depkes.go.id/>. Diakses pada 6 Desember 2016.
- Dewantoro, Yonanda. 2015. *Pengaruh Terpaan Tayangan "Hello Paradise" Terhadap Minat Wisata Bahari*. Skripsi. Universitas Multimedia Nusantara.
- Dwiastuti, Rini. et.al. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Dzian, Michal. 2015. The Analysis of WOM in Slovak Republic and Impact of WOM on Consumers' Purchasing Decision. *Procedia Economics and Finance. Vol 26 : 975-981*.
- Engel, J.F. et.al. 2002. *Perilaku Konsumen. Jilid 1*. Diterjemahkan oleh Budiyanto. Jakarta : Binarupa Aksara Publisher.
- Engel, J; Roger D. B; dan Paul W. M. 2004. *Consumer Behaviour*. Yogyakarta : Dryden Press Chicago Andi.
- Fadhila, Risa. 2013. *Analisis Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Toko LEO Fashion Karangjati Kabupaten Semarang*. Skripsi. FEB. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- _____. 2008. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Harjadi. 2008. *WOM Communication* sebagai Alternatif Kreatif dalam Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 4 Nomor 8, 72-78*.

- Hasan. 2009. *Word-of-Mouth Marketing* Sebagai Bauran Komunikasi Pemasaran. Semarang : *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*. Vol 6 No. 6, 1.
- Hendarwati, Atik. 2015. *Analisis Pengaruh Dimensi Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Sajian Kuliner Lapak Angkringan (Studi pada Konsumen Penikmat Sajian Kuliner Lapak Angkringan di Wilayah Mangkubumi Yogyakarta)*. Skripsi. STIEBBANK Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1 (Principles of Marketing)*. Diterjemahkan oleh Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- _____. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke 12*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kurnia, M. 2015. *Pengaruh Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Konsumen UMKM di Area Wisata Kuliner Badan Kota Magelang*. Tesis. Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Kusumastuti, Yurike. 2013. *Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Konsumen Beras Organik "Padi Mulya" di Sragen)*. Skripsi. FP. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Laila, Jasmine. 2016. *Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Olahan Susu Segar di Mom Milk Surakarta*. Skripsi. FP. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Mayasari, Hesti. 2012. Analisis Perilaku Pembelian Ponsel Cerdas (*Smartphone*): Antara Kebutuhan dan Gaya Hidup Konsumen di Kota Padang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 3 Nomor 1 : 93-120*.
- Mayasari, N.L dan Saino. 2015. Pengaruh *Restaurant Atmosphere* dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Dream Cars Resto and Cafe* Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga Vol 3 Nomor 3 : 3-5*.
- Mowen, JC dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Edisi Kelima. Diterjemahkan oleh Dwi Kartini Yahya. Jakarta : Erlangga.
- Nugraha, F.A, Suharyono dan Andriani Kusumawati. 2015. Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Kober Mie Setan Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 22 No 1*.
- Oktavianto, Yuda. 2013. Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Mie Ayam Pak Agus di Kota Batu. *Jurnal Manajemen Bisnis Vol 3 Nomor 1 April 2013 : 62-66*.
- Peristiwati, Dinny dan Budianto. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Cyclo Cafe* di Sidoarjo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 4 Nomor 9 Agustus 2015 : 2-3*.

- Permadi, P.C dan Srikandi Kumadji. 2014. Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 10 No.1 Mei 2014 : 1-7.*
- Putri, L.H. et. al. 2014. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli *Cafe and Resto* Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 15 Nomor 2 Oktober 2014 : 1-3.*
- Putri, N.R dan Fendy Suhariadi. 2013. Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan *Word of Mouth* pada Pelanggan Klinik Kecantikan *London Beauty Centre*. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi Volume 2 Nomor 1.*
- Retno. 2011. "Makan Bukan Sekedar Mengisi Perut". <http://www.pikiran-rakyat.com/kuliner/2011/03/25/139358/makan-bukan-sekadar-mengisi-perut>. Diakses pada 3 Juni 2016.
- Rizky, Binar. 2014. *Potensi Rumah Teh Ngoro Donker Sebagai Daya Tarik Wisata di Kemuning Karanganyar*. Skripsi. FSSR. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Sarwono, Jonathan. 2015. *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS SEM)*. Yogyakarta : Penerbit ANDI OFFSET.
- Schiffman, Leon dan Leslie Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa : Zoelkifli Kasip. Edisi Ketujuh. Jakarta : PT. Indeks.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 4*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sernovitz, Andy. 2012. *Word of Mouth Marketing : How Smart Companies Get People Talking*. Austin : Greenleaf Book Group Press.
- Singarimbun dan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : PT. LP3ES.
- Slamet, Yulius. 2006. *Pengantar Penelitian Kuantitatif*. LPP UNS dan UNS Press Surakarta.
- Sudarmiatin. 2009. Model Perilaku Konsumen dalam Perspektif Teori dan Empiris pada Jasa Pariwisata. *Jurnal Ekonomi Bisnis (14) 1 : 2-4.*
- Sugianto, Jimmy dan Sugiono Sugiharto. 2013. Analisa Pengaruh *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Price* Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol 1. Nomor 2: 1-10.*
- Sugiyono. 2103. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Supiyanti, T. 2010. *Analisis Faktor Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Teh di Pasar Swalayan Kota Surakarta*. Skripsi. FP. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.

- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality & Satisfaction. Edisi Ketiga*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Uchenna, U.J. 2015. The Impact of Consumer Behaviour and Factors Affecting On Purchasing Decisions. *Global Conference and Business and Finance Proceedings. 10(1) : 204-209*.
- Wirartha, I Made. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Yopy. 2015. “Kongkow”, “Hang Out” dan Dampak Sosial yang Ditimbulkan. Binus University Faculty of Economic and Communication. <http://hotel-management.binus.ac.id>. Diakses 30 Desember 2016.

