

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, B. (2008). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, H. (2001). *Consumer Behaviour and Marketing Action* (6th ed.). Ohio: Thompson Learning.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer Behaviour* (9th ed.). Orlando: Harcourt, Inc.
- de Vaus, D. A. (2002). *Survey in Social Research* (5th ed.). London: Routledge.
- Diamond, S. (2015). *The Visual Marketing Revolution: 26 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Duncan, T. (2005). *Principles of Advertising & IMC* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill, Inc.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girard, S. E., O'Keefe Jr., M. F., & Price, M. A. (2014). *Sales dan Marketing: Menjadi Marketer Andal dan Profesional*. Solo: Metagraf.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kartajaya, H. (2012). *Superhero Juga Manusia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____. (2014). *WOW Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____. (2015). *Indonesia WOW, Markplus WOW, We Are WOW*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perencanaan, Implementasi dan Kontrol* (9th ed.). Jakarta: Prehalindo.
- _____. (2003). *Marketing Insight From A to Z: Konsep yang Harus Dipahami Setiap Manajer*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th Jilid 1 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Laksamana, A. (2014). *What CEO Wants From PR: 7 Kunci Efektif Menjadi Ahli Strategi Public Relation*. Yogyakarta: Bentang Pustaka Utama.

- Margono, S. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nathalia, D. (2015). *Ultimate Selling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nazir. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Prajarto, N. (2009). *Metode Survei Untuk Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit FISIPOL UGM.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Raffendie, & Maulida, E. (2016). *Jogja Cullinary & Nongkrong Recommended 5*. Yogyakarta: Event Book Community.
- Rossiter, J. R., & Percy, L. (1998). *Advertising Communication and Promotion Management*. Singapore: Mc Graw-Hill.
- Sakti, B. (2006). *Pemasaran Word of Mouth* (21 September - 4 September ed., Vol. 20). SWA.
- Salomon, M. R. (2004). *Consumer Behaviour - Buying, Having and Being* (6th ed.). Pearson Educational International.
- Santoso, S. (2003). *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik Dengan SPSS Versi 11.5*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2009). *Statistik Itu Mudah: Panduan Lengkap untuk Belajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 16*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior* (8th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Sernovitz, A. (2006). *Word of Mouth: How Smart Companies Get People Talking*. Chicago: Kaplan Publishing. Diambil kembali dari Word of Mouth Book.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Silverman, G. (2001). *The Secrets of Mouth Marketing: How to Trigger Exponential Sales Trough Runaway Word of Mouth*. New York: AMACOM.
- Simamora, B. (2004). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sulaksana, U. (2003). *Integrated Marketing Communication. Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sumardi, M., & Melina. (2011). *The Power Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suripto, & Saputra, B. (2016). *Modul Olah Data SPSS: Mengolah Data Penelitian Kuantitatif Dengan SPSS*. Yogyakarta: Departemen Manajemen dan Kebijakan Publik, Fisipol UGM.
- Surjomihardjo, A. (2008). *Kota Yogyakarta Tempo Doeloe*. Depok: Komunitas Bambu.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran* (3rd ed.). Bandung: PT. Remaja Posdakarya.
- Taufik. (2012). *Rising Middle Class in Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utoyo, I., Awaluddin, M., & Silalahi, S. (2013). *Paradox Marketing in Practice*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wayan, N. (2010). *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasi Dalam Strategi Pemasaran*. Bali: Udayana University Press.

Jurnal

- Durianto, D., & Liana, C. (2004). Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 11(1), 35-55.
- Thamrin, S. D. (2003). Studi Mengenai Proses Adopsi Konsumen Pasca Masa Tayang Iklan Produk "Xon-Ce" di Surabaya. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, II.

Majalah

- Sakti, B. (2006). *Pemasaran Word of Mouth* (21 September - 4 September ed., Vol. 20). SWA.

Daring

- Babin, B. J., Yong-Ki, L., Eun-Ju, K., & Griffin, M. (2005). Modeling consumer satisfaction and word-of-mouth: restaurant patronage in Korea. *The Journal of Services Marketing*, 19(3), 133-139. Dipetik Februari 13, 2017, dari <https://search.proquest.com.ezproxy.ugm.ac.id/docview/212678077?accountid=13771>
- Badan Pusat Statistik. (2015, September 14). *Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa, dan Tenaga Edukatif (Negeri dan Swasta) di Bawah*

Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Provinsi 2013/2014 (Update 14 Sep 2015). Dipetik Januari 30, 2017, dari <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1839>

Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2016, November 7). *Pertumbuhan Ekonomi D.I.Yogyakarta Triwulan III Tahun 2016*. Dipetik Januari 14, 2017, dari BPS D.I.Yogyakarta: <https://yogyakarta.bps.go.id/Brs/view/id/419>

Berger, J., & Schwartz, E. M. (2011, Oktober). What Drives Immediate and Ongoing Word of Mouth? *Journal of Marketing Research*, 48(5), 869-880. Dipetik Januari 19, 2017, dari <http://www.jstor.org/stable/23033525>

Bernadheta, D. (2016, Januari 19). *UMKM DIY Tumbuh Hingga 10% Per Tahun*. Dipetik Januari 15, 2017, dari Harian Jogja Online: <http://www.harianjogja.com/baca/2016/01/19/usaha-kecil-menengah-umkm-diy-tumbuh-hingga-10-per-tahun-682072>

Bone, P. F. (1992). Determinants of Word-Of-Mouth Communications During Product Consumption. *Advances in Consumer Research*, 19, 579-583. Dipetik Januari 31, 2017, dari <http://www.acrwebsite.org/volumes/7359/volumes/v19/NA-19>

Brown, T. J., Barry, T. E., Dacin, P. A., & Gunst, R. F. (2005). Spreading The Word: Investigating Antecedents of Consumers' Positive Word-of-Mouth Intentions and Behaviors in a Retailing Context. *Journal of The Academy of Marketing Science*(33), 123. Dipetik Januari 5, 2018, dari <https://doi.org/10.1177/0092070304268417>

Chitty, W., Nigel, B., Valos, M., & Shimp, T. A. (2011). *Integrated Marketing Communication* (3rd Asia Pasific ed.). South Melbourne, Victoria: Cengage Learning Australia. Dipetik Januari 29, 2017, dari <https://books.google.com.au/books?hl=id&lr=&id=VZQraFDcTIEC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Integrated+marketing+communications+Chitty&ots=seCLdTUF9Y&sig=nUi78cDXFY-LccJW3K3BD6MQy6Q#v=onepage&q=Integrated%20marketing%20communications%20Chitty&f=false>

Godes, D., & Mayzlin, D. (2004). Using Online Conversations to Study Word-of-Mouth Communication. *Marketing Science*, 23(4), 545-560. Dipetik April 20, 2017, dari <http://www.jstor.org/stable/30036688>

Godes, D., & Mayzlin, D. (2009). Firm-Created Word-of-Mouth Communication: Evidence from a Field Test. 28(4), 721-739. Dipetik Maret 20, 2018, dari https://www.marshall.usc.edu/sites/default/files/mayzlin/intellcont/godes_mayzlin_09-1.pdf

Handrea, H. (2015, Oktober 20). *Chockles*. Dipetik Januari 20, 2017, dari Vintagenesia: <http://www.vintagenesia.com/chockles>

- Jacoby, J. (2002). Stimulus-Organism-Response Reconsidered: An Evolutionary Step in Modeling (Consumer) Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12(1), 51-57. Dipetik Februari 1, 2017, dari <http://www.jstor.org/stable/1480568>
- Jantsch, J. (2010). *The Referral Engine: Teaching Your Business to Market Itself*. New York: Portfolio by Penguin Group. Dipetik Februari 2, 2017, dari <https://books.google.co.id/books?id=RSnashgoEKoC&lpg=PT166&dq=referral&hl=id&pg=PT166#v=onepage&q=referral&f=false>
- Khan, S. A., Ramzan, N., Shoaib, M., & Mohyuddin, A. (2015, Januari/Februari). Impact of Word Of Mouth On Consumer Purchase Intention. *Science International*, 479-482. Dipetik Januari 26, 2017, dari <http://search.proquest.com.ezproxy.ugm.ac.id/docview/1717286275?pq-origsite=summon>)
- Kumala, O. B. (2012). *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada TUne Hotel - Kuta Bali*. Universitas Indonesia. Skripsi. Dipetik Januari 30, 2017, dari <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20281080-S-Octaviana%20Benazir%20Kumala.pdf>
- Malhotra, N. K., Baalbaki, I. B., & Bechwati, N. N. (2013). *Marketing Research: An Applied Orientation* (Arab World Edition ed.). Edinburgh Gate, Harlow: Pearson Education Limited. Dipetik Januari 30, 2017, dari <http://www.pearsonmiddleeastawe.com/pdfs/SAMPLE-marketing-research.pdf>
- Martin, K. D., & Smith, N. C. (2008). Commercializing Social Interaction: The Ethics of Stealth Marketing. *Journal of Public Policy & Marketing*, 27(1 (SPRING 2000)), 45-56. Dipetik Januari 15, 2017, dari <http://www.jstor.org/stable/25651578>
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach* (Pearson New International ed.). Edinburgh Gate, Harlow: Pearson Education Limited. Dipetik Januari 31, 2017, dari https://cleavermonkey.files.wordpress.com/2015/10/w-lawrence-neuman-social-research-methods_-qualitative-and-quantitative-approaches-pearson-education-limited-2013.pdf
- Rosen, E. (2000). *The Anatomy of Buzz: How to Create WOM Marketing*. New York: Currency-Doubleday. Dipetik Januari 30, 2017, dari <https://books.google.co.id/books?id=UD2OP-IJa3YC&lpg=PP1&dq=rosen%20marketing&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q=rosen%20marketing&f=false>
- Sari, R. D., & Astuti, S. R. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang. *Diponegoro*

Journal Of Management, 1(1), 1-13. Dipetik Februari 13, 2017, dari [http://eprints.undip.ac.id/35854/1/JURNAL_--_Ratna_Dwi_Kartika_Sari_\(C2A008232\).pdf](http://eprints.undip.ac.id/35854/1/JURNAL_--_Ratna_Dwi_Kartika_Sari_(C2A008232).pdf)

Smith, P., Berry, C., & Pulford, A. (1998). *Marketing Communication: An Integrated Approach*. London: Kogan Page Limited. Dipetik Januari 26, 2017, dari https://books.google.co.id/books?id=HYvbeQLf_gEC&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false

Susilo, Y. S. (2010). Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi CAFTA dan MEA. *Bulletin Ekonomi*, 8(2), 70-170. Dipetik April 22, 2017, dari http://repository.upnyk.ac.id/2437/1/sri_susilo082011juli.pdf

Westbrook, R. A. (1987). Product/ Consumption-Based Affective Responses and Postpurchase Processes. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 258-270. Dipetik Januari 6, 2018, dari <http://www.jstor.org/stable/3151636>

Wijanarko, A., & Susila, I. (2016). Faktor Kunci Keberhasilan UMKM Kreatif. Solo. Dipetik April 22, 2017, dari http://eprints.umsida.ac.id/123/1/Aris%20%26%20Ihwal%20Susila_67-81%20FIX.pdf

WOMMA. (2015, September). *Resources*. Dipetik Januari 25, 2017, dari WOMMA: <http://womma.org/wp-content/uploads/2015/09/STUDY-WOMMA-Return-on-WOM-Executive-Summary.pdf>

Ying, H. L., & Chung, C. M. (2007). The Effects of Single-message Single-source Mixed Word-of-mouth on Product Attitude and Purchase Intention. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 19(1), 75-86. Dipetik Januari 5, 2018, dari <https://doi.org/10.1108/13555850710720911>