

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (2009). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum
- Aaker, J.L. (1997), “Dimensions of brand personality”, *Journal of Marketing*, Vol. 34 No. 3, pp. 47-56.
- Ahuvia, A.C. (2005), “Beyond the extended self: love objects and consumer’s identity narratives”, *Journal of Consumer Research*, Vol. 32 No. 1, pp. 171- 84.
- Anggraeni, A., & Rachmanita. (2015). Effects of Brand Love, Personality and Image on Word of Mouth; the Case of Local Fashion Brands Among Young Consumers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(October 2015), 442–447. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.058>
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assyahab, Khilmi (2018) *Peran Word Of Mouth Dalam Memediasi Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Brand Equity*. Undergraduate thesis, Fakultas Ekonomi UNISSULA
- Azuma, Z H. (2018). Pengaruh citra merek dan kecintaan merek terhadap keputusan pembelian melalui word of mouth pada konsumen toko clowor distro pakaian anime di semarang (doctoral dissertation, u. N. S. (2017). *Jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas negeri semarang 2017*
- Bisnis, E., & Penjualan Laptop dan Notebook Melonjak, P. (2021). Penjualan Laptop dan Notebook Melonjak, Panen di Masa Pandemi Covid-19 - jejakrekam.com. diakses 15 December 2021.
- Carroll, B.A. and Ahuvia, A. (2006), “Some antecedents and outcomes of brand love”, *Marketing Letters*, Vol. 17 No. 2, pp. 79-89.
- Chandra, R. (2012). *Pengaruh Brand Love terhadap Word of Mouth Melalui Brand Loyalty* (Studi pada Pelanggan PO Pandawa 87 di Kota Malang) *Rio. Jimfeb*, 76(2), 1–14.
- Christoper, Grover, R. and Srinivasan, V. (1996). “Evaluating The Multiple Effect Of Retail Promotion On Brand Loyal and Brand Switching Segments”. *Journal Of Marketing Research*. Vol. 29, pp 76-89.
- DAM, T. C. (2020). The Effect of Brand Image, Brand Love on Brand Commitment and Positive Word-of-Mouth. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 449–457.

- Ferdinand. 2005. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 2. BP Universitas Diponegoro : Semarang
- Giantari, I., Utama, I., & Wardani, N. (2020). Peran Brand Love Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Word of Mouth. *Juima: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 54–61.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hair J.F. et.al (1995), “*Multivariate Data Analysis With Reading*”, Fourth Edition, Prentice Hall. New Jersey
- Heinrich, D., Albrecht, C., & Bauer, H. (2012). Love Actually? Measuring and Exploring Consumer’ Brand Love In M. Fournier, Breezeale & M. Festscherin (Eds.), *Consumer-Brand Relationship: Theory and Practice* (pp. 137-150). London and New York: Routledge.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Keller, K. L. 2008. *Strategy Brand Management (Building, Measuring, and Managing Brand Equity)* 3Rd Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kharisma, dkk. 2016. Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI. (Bandung: Jurnal Tidak Diterbitkan)
- Khamwon, A. (2016) *Brand Love , Brand Loyalty , And Word Of Mouth : A Case Of Airasia*. June
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Krisno, D., & Samuel, H. (2013). Pengaruh perceived quality, perceived sacrifice dan perceived value terhadap customer satisfaction di informa innovative furnishing pakuwon city surabaya daniel. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*, 1(1), 1–12.
- Kurniawan, Indra, 2015, Word of mouth communications effect of use of the service review. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 4 No. 2. Hal. 22-34
- Laroche, M, Babin, B. J., Lee, Y., Kim, E. J., & Griffin, M. (2005) Modeling consumer satisfaction and word-of-mouth : restaurant patronage in korea. *Journal of Services Marketing*, 19(3), 133-139.

- Listiana, E. (2012). Pengaruh Country Of Origin terhadap Perceived Quality dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1). Retrieved from <https://journal.unpar.ac.id/index.php/JurnalAdministrasiBisnis/article/view/419>.
- Magdalena, S. 2004, Studi Mengenai Pengembangan Minat Beli Merek Eekstensi: Studi Kasus Produk Merek Sharp di Surabaya: *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* Vol 4 no 4 desember 2004 hal 243 266
- Mangkini, Dessy Pustakawati. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Kecintaan Merek Terhadap WOM Serta Dampaknya Pada Perilaku Pembelian Konsumen Kosmetik Sariayu di Surabaya.
- Naufal, M. H., & Maftukhah, I. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Love terhadap Purchase Decision melalui Word of Mouth. *Management Analysis Journal*, 6 (4). 377-387.
- Nindyaswuri, I. (2017). Pengaruh kegembiraan, kecintaan pada merek, dan citra merek terhadap komunikasi mulut ke mulut. *Fe umy*. Retrieved from <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/10550?show=full>
- Pandir, B., & Yasin, B. (2017). Brand Love And Customer Engagement S Role Over Brand Loyalty. *Pressacademia*, 4(4), 359-365. doi: 10.17261/pressacademia.2017.725
- Permadi, P. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 10(1), 82184.
- Prawesti, f. L. (2016). Faktor-faktor yang membentuk brand image iphone menurut presepsi konsumen. *Skripsi*, 1–91
- Putri, Nadila, dkk 2015. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Equity Indomie (Studi Pada Followers Official Account Jejaring Sosial Indomie). *Jurnal Manajemen Bisnis*. Universitas Telkom
- Rahmawati, Y., & Suminar, B. (2014). “Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Word Of Mouth Pada Pelanggan Honda Motor Di Surabaya”. *Jurnal Bisnis dan Perbankan*. STIE Perbanas Surabaya.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Teknik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2010). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Puataka Utama.

- Rageh Ismail, A., & Spinelli, G. (2012). Effects of brand love, personality and image on word of mouth: The case of fashion brands among young consumers. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 16(4), 386–398. <https://doi.org/10.1108/13612021211265791>
- Rahmawati, Ayu Kartika dan Dian Taurina, 2011, Analisis Pengaruh Advertising dan WOM Terhadap Brand Image yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian.
- Roostika, R., & Wibowo, C. P. (2019a). Perilaku Belanja Pariwisata : Peran Citra Destinasi Dan Persepsi Kualitas Pada Word Of. 699–712.
- Roostika, R., & Wibowo, C. P. (2019b). Tourism Shopping Behavior: the Role of Destination Image and Perceived Quality on Word of Mouth. *Proceedings on Engineering Sciences*, 1(2), 699–712. <https://doi.org/10.24874/pes01.02.071>
- Sallam, M. A. 2014. The Effects of Brand Image and Brand Identification on Brand Love and Purchase Decision Making: the Role of Wom. 7 (10): 187–193.
- Saputro, G. M. (2015). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality dan Brand Loyalty Terhadap Purchase Intention Laptop Acer di Ponorogo. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia. .
- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Setiawan, dkk, (2015), “Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Gemini”, Studi Pada Mahasiswa Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang, *jurnal manajemen*, 2015.
- Shakeri, Sara dan Alavi, Hamidreza Hosseinzadeh , 2016. Investigating The Impact of Brand Love, Brand Image, Excitement And Word of Mouth on Consumers, *International Journal of Information Research and Review*, Vol. 3, 3081-3085.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 2006, *Metode Penelitian Survei (Editor)*, LP3ES, Jakarta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

- Suliyanto. 2011. *“Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS”*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Supranto. Limakrisna, Nandan, 2011, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Suryani, Tatik, 2013, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Tamara, Y. E. (2016). Pengaruh brand identity dan perceived quality terhadap word of mouth dan purchase intention pada produk Xiaomi di Surabaya.
- Tjiptono, F. 2005. *Brand Management and Strategy*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trisakti, U. (2011). Pengaruh Perceived Quality Citra Merek. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 4, 39–50.
- Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap | Top Brand Award. (2021). diakses 15 December 2021, from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=hp
- Venessa, Ike, and Zainul Arifin. "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-b." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, vol. 51, no. 1, 6 Oct. 2017, pp. 44-48.
- Wasis, Y., Dan, K., Lestari, A., Pengaruh, A. ;, Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Harga Terhadap Minat Beli Tablet Samsung Galaxy Tab Yulius Wasis Kristyatmoko Anik Lestari Andjarwati. *Jurnal Ilmu Manajemen* /, 1.
- WorldPanel Rilis Merek FMCG Terbaik di Indonesia . (2021). Retrieved 15 December 2021, from <https://www.beritasatu.com/ekonomi/189561/kantar-worldpanel-rilis-merek-fmcg-terbaik-di-indonesia>
- Zeithaml, A. V., Bitner, M. J. & Gremler, D. D. (2013) *Service Marketing: Sixth Edition*. New York: McGraw Hill.