

DAFTAR PUSTAKA

- Asanti, M, Amalia (2015) “Pengaruh *Electronic word of mouth* dan persepsi nilai terhadap minat beli Bowl-ling Fruit Bar di Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Hennig-Thurau., Gwinner, K.P., Walsh, G., and Gremier, D.D. (2004). *Electronic Word-of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motives Consumers to Articulate Themselves On the Internet*. *Journal of Interactive Marketing*. 18(1). Winter 2004.
- Jalilvand, M. R. dan Samiei, N. (2012). “The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An emperical study in the automobile industry in iran”, *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 30 iss: 4pp. 460-476.
- Jotopurnomo, S., Laurensia, S., dan Samuel, H. (2015). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Reservasi Hotel Secara Online. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 1(1), 341-353.
- Kotler Philips6, dan Gary Armstrong. (2012). *Principles of marketing*, global edition, 14 edition, pearson education,
- Kotler, P. Armstrong, G (2009). . *Marketing an introduction, Ninth Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran. Edisi ke-13, Jilid 1*. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Majid, N., dan Rofiq, A. (2014). Analisis pengaruh electronic word of mouth terhadap brand image dan dampaknya pada minat beli smartphone samsung di kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2).
- Oktaviani, Lusya (2014) “ Analisis Citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli produk mie instan”. Universitas Diponegoro Semarang.
- Peter J. Paul, Jerry C Olson. *Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi sembilan, Buku 1. Salemba.

- Peter J. Paul, Jerry C Olson. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi sembilan, Buku 2. Salemba
- Prastyo, K., dan Suryadi, N. (2014). Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth Di Media Sosial Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Hoka Hoka Bento. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(1).
- Resky, G. T., dan Hendrawan, D. (2015). Analisis pengaruh *electronic word of mouth* (e-wom) terhadap minat beli konsumen pada produk tas di instagram rfgashion store. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).
- Samuel dan Lianto (2015). Pengaruh e-WOM melalui media sosial internet terhadap brand image, brand trust dan minat beli. Universitas Kristen Petra.
- Scjiffman, Leon, G dan leslie L. Kanuk (2007). Perilaku konsumen. Jakarta : Indeks.
- Sekaran, Uma, 2011. *Research Methods For Business*, edisi 4, buku 2, Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono,2008, *Metode Penelitian bisnis Pendekatan Kuantitatif dan R dan D*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran (3rd ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono ,F. (2011). Pemasaran Jasa.Yogyakarta. Anggota Ikapi.
- Virawan A Wayan (2013) “ Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk helm INK ”. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wibowo, A. S. (2013). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan di Kota Purwokerto. Universitas Negeri Semarang.
- Yuniar magetana, dewi. (2015). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Baju Muslimah Di Online Shop Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sumber online

http://www.lazada.co.id/?offer_id=505&affiliate_id=78139&offer_name=ID+-+PB+Homepage_0&affiliate_name=kwanko&transaction_id=102f81909ec0d2e740f080d51c155c&offer_ref=_xxio000000at0000&aff_source=413383

<https://www.facebook.com/LazadaIndonesia/>

<http://www.lazada.co.id/about/>

https://id.wikipedia.org/wiki/LAZADA_Indonesia