



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Ennew, B. &. (2013, November 15). *Word of Mouth dan Amplified Word of Mouth*. Retrieved from Digital Public Relations: www.asiapr.net
- Harjadi, D. &. (2008). WOM Communication sebagai Alternatif Kreatif dalam Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Vol 4, No 8, 72-78*.
- Kinicki, A. &. (2013). *Management: A Practical Introduction, Seventh Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, P. &. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua Belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Boone, L. E. (2008). *Pengantar Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Homburg, C., Jensen, O. and Krohmer, H. (2008), “*Configurations of Marketing and Sales: a Taxonomy*”, *Journal of Marketing*, Vol. 72 No. 2, pp. 133-154.
- Mullins, W. J. (2010). *Marketing Management*. New York: McGraw-Hill.
- Rayport, J. F. (2003). *Introduction to e-Commerce, 2nd ed.* New York: McGraw-Hill.
- Marakas, O. &. (2010). *Management Information System*. New York: McGraw-Hill.
- Abdurahmat. (2008). *Efektivitas Organisasi Edisi Pertama*. Jakarta: Airlangga.
- Keller, K. &. (2012). *Marketing Management*. Jakarta: Indeks.

- Silverman, G. (2001). *The Secret of Word of Mouth Marketing: How to trigger exponential sales through run away word of mouth*. USA: AMACOM.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Saladin, D. (2003). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Steward, M.D., Hutt, M.D., Walker, B.A. dan Kumar, A. (2009), “*Role identity and attributions of high- performing salespeople*”, *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 24 No. 7, pp. 463-473.