

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Nabila Nurul dan R. Sugeng Basuki. 2020. Pengaruh Electronic Word of Mouth Media Sosial Instagram @Gartenhaus\_Co dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli di Cafe Gartenhaus Malang Jawa Timur. *JAB: Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol. 6, No. 1. pp. 25-28.
- Aldi Jefri. 2019. Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 01, No. 01. pp. 1-12.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Elseidi, Reham I. dan Dina El-Baz. 2016. Electronic word of mouth effects on consumers' brand attitudes, brand image and purchase intention: an empirical study in Egypt. *The Business and Management Review*. Vol. 7, No. 5. pp. 514-522.
- Filieri, R, S. Alguezaui dan F. McLeay. 2015. Why do travelers trust TripAdvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word-of-mouth. *Tourism Management*. Vol. 51, No. 1. pp. 174-185.
- Fitriah, Maria. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Depublish: Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hariono Lavenia. 2018. Apakah E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Bisa Mengalahkan Wom (Word Of Mouth) dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner. *Kompetensi*. Vol. 12, No. 1. pp. 12-23.
- Heizer dan Render. 2015. *Tempat dan Lokasi dalam Berdagang*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Hidayanti, Anna Apriana dan Lalu Masyhudi. 2020. Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Desa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Inovasi Penelitian*. Vol. 1, No. 2. pp. 129-144.
- Hidayanto, Achmad Nizar, Mutia Ovirza, Pinkie Anggia, Nur Fitriah Ayuning Budi dan Kongkiti Phusavat. 2017. The Roles of Electronic Word of Mouth and Information Searching in the Promotion of a New E-Commerce Strategy: A Case of Online Group Buying in Indonesia. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. Vol. 12, No. 3. pp. 69-85.

- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2016. *Principles of Marketing*. Pearson: New Jersey.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. 15<sup>th</sup> Edition. Pearson Education, Inc: New Jersey.
- Kurnia, Rafly Alfian Dwi, Martina Rahmawati Masitoh dan Muhammad Nurhuala Huddin. 2020. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Followers Instagram Mcdonald's Indonesia). *Jurnal Ekonomi Vokasi*. Vol. 4, No. 1. pp. 23-37.
- Lee, Jung Eun dan Jessie H. Chen-Yu. 2018. Effects of price discount on consumers' perceptions of savings, quality, and value for apparel products: mediating effect of price discount affect. *Springer: Fashion and Textiles*. Vol. 5, No. 13. pp. 2-21.
- Lestari, Septi Ayu dan Rose Rahmidani. 2019. Pengaruh Harga dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Laptop Merek Toshiba Dikalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *EroGen*. Vol. 2, No. 3. pp. 524-531.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. 13<sup>th</sup> edn. Salemba Empat: Jakarta.
- Murti, Bhisma. 2016. *Prinsip dan Metode Riset Epidemiologi*. Cetakan I. Yuma Pustaka: Surakarta.
- Nainggolan, Nora Pitri dan Heryenzus. 2018. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam Membeli Rumah di Kota Batam. *Journal of Accounting & Management Innovation*. Vol. 2, No. 2. pp. 139-155.
- Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Cetakan ke-1. Alfabeta: Bandung.
- Sarwono, Jonathan. 2015. *Rumus-rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Riset Skripsi*. Andi: Yogyakarta.
- Sinaga, Bona Aripin dan Sulistiono. 2020. Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Vol. 8, No. 2. pp. 79-94.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan ke-8. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi: Yogyakarta.
- Torlak, Omer, Behcet Yalin Ozkara, Muhammet Ali Tiltay, Hakan Cengiz dan Mehmet Fatih Dulger. 2014. The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Application Concerning Cell

Phone Brands for Youth Consumers in Turkey. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*. Vol. 8, No. 2. pp. 61-68.