

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiantika, D. B., & Rachmi, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Olivia Cake And Bakery Mojokerto. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 86-91.
- Cahyadi, I. R. (2020, Juni 28). *Ada 84 Cabang, Baso Aci Akang Hadir dari Tangerang Sampai Bali*. Retrieved from Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/649995/ada-84-cabang-baso-aci-akang-hadir-dari-tangerang-sampai-bali>
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D., Marsiti, C. I., & Angendari, M. D. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: Rajawali Pers.
- Djimantoro, J., & Gunawan, V. C. (2020). Pengaruh E-Wom, Kualitas Makanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Kakkk Ayam Geprek. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 187-196.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Juliansyah, N. (2014). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Predana Media.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta: Raja Gravindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles or Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kurnia, I., Yuliniar, & Ali, S. (2018). Analisis Keputusan Pembelian Pizza Hut Cinere, Depok. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi I*, 1699-1711.

- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Pebrianti, W., Arweni, & Awal, M. (2020). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 48-56.
- Poturak, M., & Turkyilmaz, M. (2018). The Impact of E-WOM in Social Media on Consumer Purchase Decisions: A Comparative Study between Romanian and Bosnian Consumers. *Management and Economics Review*, 138-160.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Santia, T. (2020, September 4). *Berapa Jumlah UMKM di Indonesia? Ini Hitungannya*. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4346352/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia-ini-hitungannya>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thurau, T. H., Walsh, G., Gremler, D. D., & Gwinner, K. P. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 38-52.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan : Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: ANDI.
- Wacono, T. D., Lukitaningsih, A., & Maharani, D. B. (2021). Pengaruh E-WoM, Peer Group dan Gaya Hidup Hedonis pada Keputusan Pembelian Filosofi Kopi Jogja. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 45-57.
- Wijaya, T., & Paramita, E. L. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. *Seminar Nasional dan Call for Paper* , 12-19.

Yayli, A., & Bayram, M. (2016). e-WOM: the effects of online consumer reviews on purchasing decisions. *International Journal Internet Marketing and Advertising*, 51-64.