

DAFTAR PUSTAKA

- Aprillio, R. G., & Wulandari, A. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Pada Favehotel Hyper Square Bandung). *eProceedings of Applied Science*, 4(3).
- Babbie, E. (2010). *The Practice of Social Research Wadsworth Cengage Learning. International Edition.*
- Baroroh, A. (2013). *Analisis Multivariat dan Time Series dengan SPSS 21. Jakarta: Elex Media Komputindo.*
- Bungkaes, H. R., Posumah, J. H., & Kiyai, B. (2013). Hubungan efektivitas pengelolaan program raskin dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Mamahan Kecamatan Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 2(2).
- Gareth, Jones, M., & Moreno-Carranco. (2007). "Megaprojects". *City , 11 (Analysis of urban trends, culture, theory, policy, and actions)*, 144-164.
- Lautiainen, T. (2015). *Factors affecting consumers' buying decision in the selection of coffee brand.*
- Dewi, M. N. (2015). Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (destination) Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-13.
- Filieri, R., & McLeay, F. (2014). E-WOM and accommodation: An analysis of the factors that influence travelers' adoption of information from online reviews. *Journal of Travel Research*, 53(1), 44-57.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, IBM SPSS 23.* Semarang, Universitas Diponegoro
- Giam, H. S., & Megawati, Y. (2019). Impact of Electronic Word of Mouth Social Media on the Decision to Choose Nusa Penida as a Tourist Destination with Mediated e-Trust. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 5(1).
- Hung, L. M. (2012). A study of consuming behaviors of budget coffee. *Business and Management Research*, 1(1), 48-61.
- Insani dan Insanudin (2016). Perancangan Aplikasi Mobile Pencarian Hotel Kota Bandung. *Jurusan Sistem Multimedia, Telkom University.*

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran. *Edisi ke-12. Jilid, 1*. Jakarta: Erlangga
- Mac Con Iomaire, M. (2012). Coffee culture in Dublin: a brief history.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis perilaku konsumen dalam melakukan online shopping di kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 113-132.
- Pramatya, V., Najib, M., & Nurrochmat, D. R. (2015). Pengaruh atmosfer kedai kopi terhadap emosi dan keputusan ulang. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 12(2), 126.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah data terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- Safaat, N. (2012). Pemrograman aplikasi mobile smartphone dan tablet pc berbasis android. *Bandung: informatika*.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2011). *Praktik SPSS untuk kasus*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Sugiarto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sudaryono. (2017). *Pengantar Manajemen teori dan kasus*. Yogyakarta : CAPS.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sulisthio. (2018). Kegiatan Komunikasi Pemasaran PT. Telkomsel Dalam Mensosialisasikan T-Cash sebagai Alat Transaksi Digital di Kota Balikpapan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*.
- Tucker, I. B. (2010). *Microeconomics for today*. Cengage Learning.
- Yayli, A., & Bayram, M. (2010). eWOM: The effects of online consumer reviews on purchasing decision of electronic goods.
- Wijayanti, R. H. H. Harti.(2017). Pengaruh Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Toko Online Pada Generasi Muda Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Negara*, 1(2), 49-55.