

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. (2017, Juli 10). *Tribun Style* . Retrieved November 16, 2019, from [tribunstyle.com: https://style.tribunnews.com/2017/07/10/demi-mendapatkan-minuman-berwarna-jingga-terang-ini-pengunjung-rela-antre-berjam-jam?page=all](https://style.tribunnews.com/2017/07/10/demi-mendapatkan-minuman-berwarna-jingga-terang-ini-pengunjung-rela-antre-berjam-jam?page=all)
- Akbar, M. J., & Sunarti. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Burhanuddin, A. (2013, Mei 5). *Metodologi Penelitian*. Retrieved Maret 1, 2019, from ANALISIS, VALIDITAS, DAN RELIABILITAS DATA: <https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/05/21/analisis-validitas-dan-reliabilitas-data/>
- Ekawati, M., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Electronic of Word of amputh terhadap Konsumen Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Administrasi Bisnis*, 2.
- Faidah, T. (2019, Oktober 19). *Tribun News Bogor*. Retrieved November 16, 2019, from [tribunnewsbogor.com: https://bogor.tribunnews.com/2019/10/19/chatime-di-ccm-bogor-selalu-ramai-pembeli-antreannya-sering-mengular](https://bogor.tribunnews.com/2019/10/19/chatime-di-ccm-bogor-selalu-ramai-pembeli-antreannya-sering-mengular)
- Glanida, C. N. (2016). Komunikasi Pemasaran Online (Studi Kasus Praktik Komunikasi Pemasaran Online Wongsoyudan Shop kepada Kelompok Penggemar). *Jurnal Universitas Gadjah Mada* .
- Goyette, I., Richard, L., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Managemen*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Managemen*. Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Laksmi, A. A., & Oktafani, F. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Minat Beli Followers Instagram pada Warunk Upormal. *Jurnal Computech dan Bisnis*.

- Mahdiasukma, P., & Fauzi, A. (2018). Pengaruh Word of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (SURvei pada Konsumen Coffee Toffee Cabang Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Riduwan. (2005). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti*. Bandung: Alfabeta.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Bussiness*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sitanggang, C. F., & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) dan Kualitas Website terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Warunk Upnormal di Kota Bandung Tahun 2018). *e-Proceeding of Applied Science*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS*. Jakarta: Prestasi Terbuka.
- Suyoga, G. I., & Santika, W. I. (2018). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, D. W., & Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian Pada KonsumenCafe Roti Gempol dan Kopi Anjis Bandung. *e-Proceeding of Management : Vol.3*.
- Virenabia, C., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) sebagai Media Promosi terhadap Minat Beli pada Followers Instagram Bandung Makuta. *e-Proceeding of Management*.