

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. K., & Hadi, N. U. 2025. Peran Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Sebagai Penentu Keputusan Pembelian Konsumen Pada Budidaya Ikan Hias Di Desa Bendiljati Wetan Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. *JournalOf Business,Economics,AndFinance*, 3, 658–667.
- Aidatul, C., Arizal, M., & Muhammad, T. 2021. Revisiting Coffe Shops As Public Space in Purwakerto. *Jurnal Antropologi*, 02(December), 157–164.
- Alawiyah, N., & Farmayanti, N. 2025. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Esteh Indonesia. *Forum Agribisnis (Agribusiness Forum)*, 15(1), 163–176.
- Almira, K. U., Ramadha, R., Habibur, R., Abd, G., Bukhary, U., Sri, R. W., Muhammad, Y., Rita, I., & Faqihul, M. 2022. *Ragam Analisis Data Penelitian*. IAIN Madura Press.
- Anna, W., & Heru, M. 2024. *Keputusan Pembelian Konsumen* (R. Fitri (ed.)). PT Kimshafi Alung Cipta.
- Asep, M. R., Leonita, S., Kokom, K., & Euis, S. 2023. *Manajemen Pemasaran* (Zuklfa (ed.)). Haura Utama.
- Asriati, N., & Irfan, M. R. 2026. Kebiasaan Konsumsi Kopi dan Gaya Hidup Urban Kota Pontianak : Implikasi Ekonomi dan Sosial Dalam Perilaku Konsumen di Coffee Shop. *Jurnal Visi Ilmu Pendidikan, January*.
- Darmawan. 2024. *Komunikasi Bisnis* (F. Rizky & U. Amirah (eds.)). PT Bumi Aksara.
- Devi, A. C. 2023. Analisis Keputusan Pembelian Produk E- Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 113–123.
- Dodiet, A. S. 2021. *Modul Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Tahta Media Group.
- Ela, E., Tri, S. A., Habibie, K., Bayu, I., Yuliani, Mohdari, Febrisi, D., Nia, K. B., Lidiana, Yeni, S., Abdurohim, E. E. A., Lili, M., H, G., & Siswati, R. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran* (U. Yayuk (ed.)). Ahlimedia.
- Elvira, I., Yogesh, K. D., Emma, S., & Michael, D. W. 2017. *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context A State of the Art Analysis and Future Directions*. Springer Nature.
- Enas, Ading, R. S., Irma, D. B., & Asep, B. T. 2025. *Manajemen Kreativitas dan Keinovasian*. Cipta Media Nusantara.
- Eva, S., & Imam, H. 2023. *Manajemen Pemasaran* (P. Dani (ed.); pertama). Uir pres.
- Farah, M. L., Rossje, V. S., & Tri, K. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Salemba Empah.

- Hardani, Helmina, A., Jumar, U., Evi, F. U., Ria, R. I., Roushandy, A. ardani, Dhika, J. S., & Nur, H. A. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Pustaka Ilmu Grup Yogyakarta.
- Herry, K., Suryono, E., & Edi, S. 2019. *Pengantar Manajemen* (Melati (ed.)). LPU-UNAS.
- Ilhamsyah. 2020. *Pengantar Staregi Kreatif Advertising Era Digital* (A. Dian (ed.)). Penerbit Andi.
- Kotler, & Keller. 2019. *Marketing Management*. Pearson Education.
- Malayu, H. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Revisi). PT Bumi Aksara.
- Marlina, N. L., Ade, I. M., & Yusup, I. 2022. *Pengaruh Social Media Marketing dan Corporate Branding Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Diamond Victory Merch Store)*. 4(September), 12–18.
- Maulana, N., Batu, Saftari, I. J., & Lumban, R. 2021. Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Jimea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 2327–2341.
- Muslichah, W. E. 2020. *Pengantar Manajemen*. Cv. Pena Persada Redaksi.
- Nada, A. R., Sifra, V. V. L., Chairul, P. T., Maria, A. S., Endah, W., Darwin, L., Chusnu, S. D. K., Sherly, Widya, N. B. P., Novelyn, S., Akhmad, S., Arlina, F. M. T., Onita, S. S., & Nia, A. 2022. *Marketing 4.0 : Konsep dan Implementasinya* (S. Acai (ed.)). CV Media Sains Indonesia.
- Najihatul, F., Harian, S., Mokhamad, E., Hanik, A. S., Gautama, S. W., Mulyati, Denny, R. W. A., Rizky, R., Nur, A., Pathmi, N., Miftahul, J., Ikraman, Ardiansyah, Mochamad, H. R. C., Amanna, D. Iazuardini L. A. H., Isna, A. N., Mohammad, A., Sugeng, S., Kartika, R. R., & Anur, R. T. 2023. *Strategi Pemasaran Digital* (W. W. Ria (ed.)). PT Sada Kurnia Pustaka.
- Nanda, D. R., Nanik, I., Uli, W. N., Ade, P. S., Susriyah, Rahmat, Misno, Silvana, E. B., Nanda, S., Sonny, I., Helin, G. Y., & Alfriadi, D. A. 2023. *Metodologi Penelitian Bisnis*. CV Intelektual Manies Media.
- Pebi, K., Yohny, A., & Ali, J. 2023. *Manajemen Pemasaran*. Selat Media Patners.
- Prayoga, I., & Rachman, M. 2020. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffe*. 1(5), 138.
- Saputra, A., Batam, U. P., & Batam, K. 2023. *Pengaruh Kualitas Produk , Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban*. 6, 66–78.
- Sari, R. A., & Purwanto, S. 2022. *Jurnal E-Bis : Ekonomi-Bisnis Kajian Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Promosi di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Viva Cosmetics di Kota Blitar Manajemen , Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jawa Timur , Indonesia*. 6(2), 543–554.

- Satriadi, Wanawir, Eka, H., Leonita, S., & Nursaidah. 2021. *Manajemen Pemasaran* (S. Moh (ed.)). Penerbit Samudra Biru.
- Shabrina, Z. F., & Hajar, F. S. 2023. Penerapan Augmented Reality pada Pengenalan Hewan Purbakala berdasarkan Jenis Makanan berbasis Android. *Jurnal Pendidikan Informatika*, 7(2), 297–306. <https://doi.org/10.29408/edumatic.v7i2.22123>
- Sinambela, E. A., & Mardikaningsih, R. 2022. *Pelatihan Belanja Online dan Jasa Antar Langsung Pada Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Wadung Asri Sidoarjo*. 2(3), 125–128. <https://doi.org/10.47065/jpm.v2i3.305>
- Siregar, A. I. 2024. *Studi Literature : Hubungan E-WOM dan Keputusan Pembelian*. 3(1), 50–58.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasu (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syafril. 2019. *Statistik Pendidikan*. Kencana.
- Syarifudin, Silvya, M. L., & William, T. A. F. J. 2022. *Sejarah Pemasaran & Strategi Bauran Pemasaran* (M. B. Jouber (ed.)). Cv. Istana Agency.
- Yoga, A., Abror, D., & Sulton, M. 2025. Pengaruh e-WOM dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk di Instagram Persela Store. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5.
- Yusuf, K. 2025. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Universitas Galuh.
- Yusup, Cecep, H., Nazifah, H., & Nuraeni. 2023. *Teori Manajemen* (J. Mardian (ed.)). Cendikia Muslim.