

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Komitmen Laman Akun Merek, dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Electronic Word Of Mouth Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Patroli Kopi, Karawang, Jawa Barat. *Warta Pendidikan| e-Journal*, 4(10), 21-31.
- Alfisyahri, L. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Minuman Di Satu Tujuan Coffe And Bistro (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:Alfabeta.
- Anugrah, J. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli pada Kedai Kopi Kaffe IMM Gading Serpong (Doctoral dissertation, Universitas Matana).
- Armawan, I., Sudarmiatin, S., Hermawan, A., & Rahayu, W. (2023). The effect of social media marketing, SerQual, eWOM on purchase intention mediated by brand image and brand trust: Evidence from black sweet coffee shop. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 141-152.
- Azhari, F., & Mawardi, M. K. (2018). *Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Bisnis*.
- Badan Pusat Statistik (2022). *Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Bandung Tahun 2020*. Bandung.
- Berman dan Evans, 2015. "Retail Management". 12th Edition. Jakarta; Pearson. Berman, Barry, Joel R. Evans, dan Patrali Chatterjee. *Retail Management: A*
- Bintoro dan Daryanto. 2017. *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan*. Cetakan 1.
- Canton, Bill. (2016). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : PT. Remaja Roesdakarya.
- Dafa, G. S. M., & Sari, D. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Pelanggan (studi Kasus Pada 372 Kopi Dago Pakar Di Bandung). *eProceedings of Management*, 8(2).
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2022). *Direktorat Jenderal Kependudukan Dan Pencatatan Sipil 2022*.
- Donni Juni Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Social Media*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Draper Fisher Jurvetson (2016). *Viral Marketing: Viral Marketing phenomenon explained*.
- Erwin, E. (2021, September). Pengembangan Dan Pemanfaatan Teknik Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Millenium Project. In *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)* (Vol. 3, No. 1, pp. 401-409).

- Faradiba, S. R. T. A. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang).
- G.A Ticoalu. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Godey Bruno, dkk. 2016. *Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence on Brand Equity and Consumer Behaviour*. Journal Business Research 09 (2016) 5833-5841.
- Hasibuan. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Helmi, Syafrizal, Situmorang. 2016. Analisis Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis. Medan: USU Press.
- Hennig-Thurau, T. et al., 2016. Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), pp.38–52.
- Hermawan Kertajaya, dan Iwan Setiawan, 2010, *Marketing 3.0: Mulai dari Produk ke Pelanggan ke Human Spirit*, Erlangga, Jakarta.
- Humaira, Aulian, and Lili Adi Wibowo. "Analisis Faktor Elektronik Word Of Mouth (EWOM) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan." *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal* 6.2 (2016): 1049-1060.
- Jin Jeong, H., & Moo Ko, D. (2015). Combined effects of valence and attributes of e-WOM on consumer judgment for message and product.
- Kepercayaan-E terhadap Kesetiaan-E Pada Gojek. *Business Management Journal*, 13 (1): 1-27.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. jilid 1. PT Index Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2017), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*.
- Kotler, P. and Kevin Lane Keller. 2018. *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Terjemahan: Firmansyah, M. A. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, Philip dan Hermawan Kertajaya. 2016. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Laura Malita., 2017. *Social Media time management tools and tips*. Romanian Institue, Timisora.
- Levy dan Weitz Alih Bahasa Oleh Benyamin Molan. 2018. *Retailing Management*. Mc. Graw Hill. Boston.
- Levy, M. and Barton a. Weitz. 2018. 8th edition. *Retailing management*. New York : McGraw-

Hill.

Lewis, R.C. and Chambers, R.E. (2016), *Marketing Leadership in Hospitality. Foundations and Practices*, Vol. III, Wiley, New York, NY.

Lupiyoadi,R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

Mawardi, dkk. 2018. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 60 No. 3 Juli 2018.

Nasrullah, Rulli. 2016, *Social Media* Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, Cet.kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.

Nourma Vidya. 2017. "Perbedaan Jenis-jenis Kuliner". www.zetizen.com.

Oktaviani, I., & Hanafia, F. (2022). Pengaruh Ewom, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Jevera Coffee And Eatery. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 282-297.

Peraturan Daerah No. 7 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan Pink B., dan Margaretha. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan-E, Kepuasan-E, dan

Premianty, N. Pengaruh Iklan Di Sosial Media, Persepsi Kualitas, E-Wom Dan Varian Produk Pada Minat Beli Ulang (Studi Pada Followers Instagram Kopi Janji Jiwa Di Kota Pontianak). *Jurnal Manajemen Update*, 10(1).

Putri, I. A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Starbucks Malang) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).

Ryzan, K. D., Priowidodo, G., & Tjahjo, J. D. W. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Kedai Kopi Kenangan Pada Warga Kota Surabaya. *Jurnal e-Komunikasi*, 8(2).

Sapre dalam Usman. 2018. *Manajemen*. Erlangga, Jakarta.

Shaw, Robert dan Reed, David. 2016. *Measuring and Valuing Customer Relationships: How to Develop The Measures that Drive Profitable CRM Strategies*. London: Business Intelligence.

Silalahi, Rudi Yanto Batara, Letanli Ayu Susantri. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Seken Aviari. ISSN : 2598-8107 Volume 1, Nomor 4

Stanton, William J dan Futrell, Charles. 2019. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchori Alma. Jakarta: Erlangga.

Strategic Approach, Global Edition. Edisi 13. New Jersey: Pearson Education Limited. 2018.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Terry, George R dan Leslie W.Rue. 2017. *Dasar-Dasar Manajemen*, penerjemah
- Theresia, Dita. dkk. 2016. *Pengaruh Word Of Mouth Communications Terhadap Minat Beli Konsumen E-Commerce*.
- Thurau-Hennig., Gwinner, K.P.,Walsh, G., dan Gremier, D,D. 2004. "Electronic Word-Of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motives Consumers to Articulate Themselves On The Intenet?". *Journal Of Interactive Marketing*. Vol.18, No.1.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Pasal 1 Ayat 1 Wijaya, Tommi, and Lidia Paramita. "Pengaruh electronic word of mouth (ewom)
- Wijaksono, W., Santoso, A., & Pristi, E. D. (2022). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup dan Ewom terhadap Minat Beli Konsumen pada Kedai Gusti Ponorogo. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 63-75.
- Wildalini, N. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Di Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Pada 8 Oz Coffee Studio (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya)*.
- Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). Electronic Word of Mouth, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 115-124.
- Zulvina, E., Rahayu, R., & Setyariningsih, E. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Purchase Intention Kopi Janji Jiwa (Studi Kasus Pada Sunrise Mall Mojokerto). *Bachelor (S1)*, i-82.