

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Tsaqif, Allaam, Widiyanto, Farida Naila. (2023) *The Influence of Tourist Attractions and Electronic word of mouth on Visiting Decisions (Study on Tourists of Borobudur Temple Tourism Area, Magelang Regency)* *American Internasional Journal of Business Management*
- Ciswati, siska dan Septayuda, irwan. (2023). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop. *Jurnal Menara Ekonomi*, 9.(2), 61-71.
- Ghozali, i. (2021). *Multivariate Analysis Application By IBM SPSS 26* (10th ed.) Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Izki Zidan, Muhammad, Trihudiyatmanto M, Purwanto Heri. (2023). Pengaruh *Electronic word of mouth (E-Wom)*, *Brand Image*, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan x Terhadap Keputusan Berkunjung *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*
- Ismagilova, dkk (2017), <https://www.kajianpustaka.com/2023/02/electronic-word-of-mouth-ewom.html>
- Fernanda, Andrie dan Choiriyah. (2018). Analisis Bauran Pemasaran (*MARKETING MIX*) Pada PT. Takafur Keluarga Cabang Palembang. *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 3(2).
- Fitri Nur Gita, Yunita Chatarina (2024) Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan *Electronic word of mouth (E-Wom)* Terhadap Keputusan Pembelian Di Bittersweet By Najla *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*
- Fauzan et al. (2024) menegaskan bahwa E-WOM tidak hanya berpengaruh pada keputusan pembelian, tetapi juga membentuk citra merek (*brand image*) dari sebuah kafe
- Juliarty Astria, Wonua Rundu Almansyah ,(2023) Pengaruh Promosi dan *Electronic word of mouth* terhadap Minat Berkunjung pada Sarlinda Cafe *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta. Deepublish.
- Mujahidah Saadatul Sofi, Cempena Bagus Ida. (2025). Pengaruh *Electronic word of mouth (E-WOM)*, *Store Atmosphere*, dan *Price Perception* terhadap Keputusan Pembelian pada Kafe MAB Surabaya *Jurnal Nirta*

- Nurniati, Neng,Safitri, Citra,Fadilah ,Pramudita Syifa. (2023). *Word of mouth and Influencer Marketing strategy on Purchase Decision of Skincare Products in E-Commerce International Journal of Economics Development Research*,
- Octavia Nurafni Ayu,Elinda Debby,Lau Putri Meliuana. (2023) Analisis Citra Merek, Periklanan dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi
- Putri, Reyka Ayu, (2023) 5 Tahap Proses Pemasaran Marketing *Process* Menurut Philip Kotler. <https://www.materiedukasi.id/2023/05/5-tahap-proses-pemasaran-marketing-process-menurut-philip-kotler.html>
- Rahma Alfia Sazkia,madiawati Nina Putu (2022) Pengaruh *Storytelling Marketing* dan *Electronic word of mouth* terhadap Keputusan Pembelian *Café* Kisah Manis Jalan Sunda di Kota Bandung melalui *Content Marketing Creator* TikTok Jurnal Administrasi Bisnis
- Rahmawati dan Suulistiani (2020). Pengaruh *Electronic word of mouth* (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian di Kafe XYZ.
- Sugiyono, (2018). *Metode penelitian kuantitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Widayanti, Catur ,Cristian,Ali Hapzi, Purnama, Dudi,Nugroho Arisetyanto(2020) *The Role of Destination Image on Visiting Decisions through Word of Mouth in Urban Tourism in Yogyakarta International Journal of Innovation, Creativity and Change*.
- Widodo dan Ayu. (2023) Megidentifikasi faktor – faktor yang mempengaruhi efektifitas E- WOM dalam industri kuliner, seperti kredibilitas, pengulas ,jumlah ulasan,serta intaksi pemilik usaha dengan pelanggan di media sosial.