

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah dan Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Education Modeling (SEM)* dalam Penelitian Bisnis.
- Abia Dena Askuba, (2018). Pengukuran Atas Penerapan Sistem Informasi Perhotelan Bluefish Menggunakan Extended Human Organization Teknologi (HOT) FIT model (studi kasus: PT Karmanta Wijaya Sakti), 2018.
- Akbar, MJ Chairul., & S Sunarti (2018), Pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). Jurnal administrasi bisnis, 2018.
- Amarazka, Vega, & Reni Shinta Dewi., (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan *E-WOM* terhadap Keputusan Pembelian Portobello Semarang. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.9, No.4
- Cindy Oktavia Cahayni., & Sutar (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Aldo Shoes. Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020.
- Damayana, Akrifa Nindya., (2014), Pengaruh kualitas produk terhadap terciptanya *electronic word of mouth* di media sosial *Twitter* (studi pada: Telkomsel). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Vol.3, No.1 2014.
- Fahira, Heniar Farin., & Baroroh Lestari., (2021), Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada paket Acne Ms Glow Kota Malang. Jurnal Aplikasi Bisnis, vol 7, no 1 Juni 2021
- Goyette, Isabelle., Line Ricard., Jasmin Bergereon., & Francois Marticcotte., (2010), Skala e-WOM: skala ukuran dari mulut ke mulut untuk konteks layanan elektronik. *Canadian Journal of Administrative Sciences*.
- Hennig-Thurau, Thorsten., Kevin P. Gwinner., Gianfranco Walsh., & Dwayne D. Gremler (2004). *Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platform: what motivates consumers to articulate themselves o the internet*. Journal of Interactive Marketing. Vol.18, No.1, 2004.
- Heri Kurniawan, dan Sofyan Yamin., (2011), *Partial Least Square (PLS)* Sebagai Metode Alternatif *SEM* Berbasis Varians (Lisrel) Dalam Eksplorasi Data Survey Dan Data Mining. Vol7, No 1 (2011)

- Ismagilova, Elvira., Yogesh K. Dwivedi., Emma Slade., & Michael D. Williams., (2017), *Electronic Word Of Mouth (eWOM) in the marketing context: A state of the art analysis and future directions.*
- Khoiro, Failatul., N Rachma., & M Hufron., (2019), Pengaruh promosi media sosial terhadap keputusan pembelian dengan viral marketing sebagai variabel intervening (studi pada konsumen warung siji house dan resto Malang), *Jurnal ilmiah riset manajemen.* Vol., No.19, Agustus 2019.
- Kotler, Philip., & Gary Amstrong., (2012), *Prinsip-prinsip Pemasaran.*
- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller., (2016), *A Framework For Marketing Management.*
- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller., (2017), *Manajemen Pemasaran.*
- Laila, Eky Jumrotul., (2018), Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di butik QTA Panorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN),* Vol.6, No.1 2018.
- Luthfiyatillah., Afifah Nur Millatina, Sitti Hamidah Mujahidah., & Sri Herianingrum., (2020) Efektifitas Media Instagram Dan *E-Wom (Electronic Word Of Mouth)* Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal penelitian iptek,* vol.5, no.1
- Nurul Khotimah, (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik). *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen,* Vol.05, No.01
- Norbaiti, Winda Setia Rahmi., (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis,* 2020.
- Pamungkas, Zulfita Ari., (2017), Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap e-Wom dengan kepuasan konsumen sebagai variable mediasi.
- Puspitanigtyas, Yulia Anggraini, & Saino., (2019). Pengaruh kualitas produk, *Electronic word of mouth (E-WOM),* dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia.* Vol 02, No 04, September 2019.
- Rahmawati, Luthfiah Cahya., & Sylvie Nurfebrianing., (2021), Pengaruh *electronic word of mouth* pada media sosial instagram terhadap minat beli produk Bittersweet By Najla. *e-Proceeding of Management :* Vol.8, No.4 Agustus 2021.

- Ramadhani, Dinda Dwi & Saino., (2021), Pengaruh kualitas produk dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian Dimsum Mbeledos Surabaya. Jurnal Sains Sosio Humaniora Vol.5 No.1 juni 2021
- Rembon, Alva., Lisbeth Mananeke & Emilia Gunawan., (2017), Pengaruh *word of mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Kangzen Kenko Indonesia dan Manado. Jurnal EMBA, Vol.5 No.3 September 2017
- Sari, Novita., Muhammad Saputra, & Jamaluddin Husein., (2017), Pengaruh *Electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Toko Online Bukalapak.com. Jurnal Manajemen Magister, Vol.03 No.01 Januari 2017
- Sindunata, Ivan., & Bobby Alexander Wahyudi., (2018), Pengaruh e-WOM (*Electronic-Word-of-Mouth*) Terhadap Keputusan Pembelian Di agoda.com
- Soinbala, Ridwan., & Juita L. B Bassie., (2020), Pengaruh *Electronic word of mouth (e-wom)* melalui media sosial instagram terhadap keputusan pembelian (study pada Oncu's fruit dessert).
- Sudjana, 2001. *Metode & Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Bandung. Falah Production
- Sugiyono., 2017, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta Bandung
- Tjiptono, Fandy., (2010), *Brand Registration and usage in selected FMCG markets in Indonesia 1914 to 2007: a study of brands and branding in a transitional economy*.
- Wahyuningtyas, Riska (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dii Media Sosial Instagram Bujang Flowershop Terhadap Minat Beli Konsumen.
- Wintang, Faza Puspita, & Yusepaldo Pasharibu., (2021), *Electronic word of mouth*, promosi melalui media instagram dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora, Vol 5(1) April 2021
- Yulianty, Puspa Dewi., & Agisty Mauludy., (2019), Pengaruh *electronic word of mouth* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian produk wardah varian bedak (studi penelitian pelanggan wardah beauty konter Majalengka), Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol.14, No.2, Desember 2019.