

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth. *Management Business*, 6(4), 1–14.
- Arif, M., & Pulungan, A. M. (2021). Peran Mediasi Dan Customer Loyalty Pada Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Service Quality Terhadap Buying Interest Pada Saat Covid-19 Di Jasa Transportasi Kereta Api. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 572–586.
- Azizah, A. N. (2022). Pengaruh Word Of Mouth (Wom), Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Pada Toko Pasundan Pusat Dukuhwaluh, Kecamatan Kembaran, Kabupaten Banyumas). 1–118.
- Cahyono, F. D., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth (eWOM) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten_shokudo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 148–157.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal*
- Hidayati, H. A., Kumadji, S., Administrasi, F. I., & Brawijaya, U. (2008). *Faktor - Faktor Yang Membentuk Komunikasi Word of Mouth*.
- Hilda, N. A. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto)*. April, 115.
- Ikrima. (2008). *Celebrity's endorsement, electronic word of mouth* ,.
- Iman Prayoga, & M. Rachman Mulyandi. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 136–140.
- Liana, D., Ayu, L., Sari, D., Studi, P., Administrasi, S., Bisnis, F. K., & Telkom, U. (2016). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Word of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Martabak Jayaraga Jalan Terusan Buahbatu Bandung) the Influence Product Quality , Price and Word of Mouth To Buying Decision Process (Study of M. *Jurnal of Management*, 3(2), 1804–1812.
- M., E. (2014). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Pengetahuan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada

- Followers Account Twitter @WRPdiet). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 14(2), 84373.
- Nasution, N. L. (2019). Analisis Loyalitas Kerja Pegawai Dinas Pendidikan Kabupaten Labuhanbatu. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 1–13.
- Priyono, V. F., Waluyo, H. D., Bisnis, A., & Diponegoro, U. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Clean Your Shoes. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 1–6.
- Purwaningdyah, S. W. S. (2019). Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 73–80.
- Puspitaningtyas, Y. A., & Saino, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth (E-WOM), dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(4), 545–558.
- Putri, R. E., Waluyo, H. D., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word of Mouth, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Jne Cabang Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(4), 220–228.
- Rachman, T. (2018). Pengaruh eWOM melalui media sosial terhadap travel intention yang di mediasi attitude toward destination. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.
- Sari, W. (2019). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth, Electronic Service Quality dan Country of Origin Terhadap Repurchase Intention pada Qlapa.com. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sdm, K., Yang, T., Esa, M., Ri, D., Asi, P., & Ri, D. (2012). *PENDAHULUAN 1.1 Latar belakang. 2016*, 1–6.
- Wijanarto. (2016). Skripsi pengaruh. *Skripsi*, 1–10.
- Yunitasari, F. (2018). Pengaruh Dimensi EWOM Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace dalam Perspektif Ekonomi Islam. In *Pakistan Research Journal of Management Sciences* (Vol. 7, Issue 5, pp. 1–2).