

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*, ed. ke-13. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. 188-190.
- Sari, R. D. K. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Word Of Mouth Communication* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal of Management*, 1(1).
- Pranawa, I. P. L. A., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58-74.
- Rachmalika, B. R. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Hakata Ikkousha Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1).
- Humaira, A., & Wibowo, L. A. (2016). Analisis Faktor *Elektronik Word Of Mouth* (EWOM) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(2), 1049-1060.
- Anderson, E. W. (1998). *Customer satisfaction and word of mouth*. *Journal of service research*, 1(1), 5-17.
- Kumalasari, R. D., Gutama, W. A., & Pratiwi, D. E. (2018). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Berkunjung ke Agrowisata Café Sawah Pujon Kidul. *HABITAT*, 29(2), 65-75.
- Hasan, A., & Setyaningtiyas, N. W. (2015). Pengaruh Electronic Word of Mouth pada Media Sosial Facebook terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul. *Media Wisata*, 13(1).
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word of mouth via consumer opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet. *Journal of interactive marketing*, 18(1), 38-52.
- Jeong, E., & Jang, S. S. (2011). Restaurant experiences triggering positive electronic word-of-mouth (eWOM) motivations. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 356-366.
- Sumarwan, U. (2014). Model Keputusan Konsumen. *Perilaku konsumen*, 1-41.
- Sriwardiningsih, E., & Notoatmodjo, B. (2020). Budaya, Kepribadian, Sosial, Psikologi Berpengaruh pada Perilaku Pemilihan Lokasi Café pada Konsumen Penikmat Kopi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 5(1), 12-17.