

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, K., & Roni, M. (2017). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Motor Matic Honda Beat Mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang)*.
- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Merek dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah*. In *Journal of Management* (Vol. 6, 1-14)
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- bps.go.id. (2019). *Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Provinsi (Persen), 2017-2019* from <https://www.bps.go.id/indicator/27/1225/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-provinsi.html>
- Eni, L.P., Karimah, H., Febrianti, N., & Harlina, D. (2017). *Konsumtif Dikalangan Remaja*. In *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*.
- Ekawati, M., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Pengetahuan Konsumenserta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Followers Account Twitter @WRPdiet)*. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* (Vol. 14, Issue 2).
- Fika, W. S., & Saputra, S. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek Industri Jasa Kurir Dan Pengaruhnya Terhadap Keunggulan Bersaing*
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi 4. BP-UNDIP. Semarang.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gruen, T. W., Osmonbekov, T., & Czaplewski, A. J. (2006). *eWOM: The impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty*. *Journal of Business Research*, 59(4), 449–456.
- Hadi, S. & Herawati, A. (2013). *Pengaruh Tingkat Asosiasi Merek Terhadap Tingkat Kesiediaan Melakukan E-Word Of Mouth (Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Asosiasi Merek Produk Fashion Bonvieux Terhadap Tingkat Kesiediaan Melakukan e-Word Of Mouth)*.
- Hanif, M. H., & Soesanto, H. (2017). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kelompok Acuan terhadap Perpindahan Merek pada Laptop Toshiba dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada eks-Konsumen Toshiba di Kota Semarang)*. In *Diponegoro Journal Of Management* (Vol. 6, 1-10)
- Hariono, L. (2018). *Apakah E-WOM (Electronic Word of Mouth) Bisa Mengalahkan WOM (Word of Mouth) Dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner*.
- Hasan, O. A. & Setyaningtiyas, N. W. (2015). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul*. In *Jurnal Media Wisata* (Vol. 13, Issue 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?.* In *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- Herr, P.M., Kardes, F.R., & Kim, L. (1991). *Effects of word-of-mouth and product-attribute information on persuasion: An accessibility-diagnostics perspective*. In *Journal of Consumer Research*.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). *The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran*. In *Marketing Intelligence and Planning*
- kesehatan.rmol.id. (2017, Desember). *Survei: Konsumsi Masyarakat di Luar Rumah Lebih Tinggi* from <https://kesehatan.rmol.id/read/2017/12/27/319961/survei-konsumsi-masyarakat-di-luar-rumah-lebih-tinggi>
- kominfo.go.id. (2020, November). *Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital* from

https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker

- Kotler, P, & Keller, K. (2006). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P, & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta Erlangga.
- Kotler, P, & Keller, K. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Inc: Pearson Education.
- Kwandy, C. P. (2017). *Effect of Brand Image and Price Towards Purchase Intention in Beef-Jerky Company*. In *Review of Management And Entrepreneurship* (Vol. 01, No.1)
- Le-Hoang, P. V. (2020). *The effects of Electronic Word of Mouth (eWOM) on the adoption of consumer eWOM information*. In *Independent Journal of Management & Production*, 11(6), 1760.
- liputan6.com. (2018). *Studi: Milenial Penggila Makanan Cepat Saji, Benarkah?*. from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3587046/studi-milenial-penggila-makanan-cepat-saji-benarkah>
- Litvin, S.W., Goldsmith, R.E. & Pan, B. (2008) *Electronic Word-of-Mouth in Hospitality and Tourism Management*. In *Tourism Management*
- Margono, 2004, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta :Rineka Cipta.
- Meigamaharatu, A., Claudia, J., Adato, V., Goeltom, H., Harapan, U. P., & Com, A. (2021). *The Impact of Brand's Name, Product Quality, and Product Price to Consumer's Purchase Intention at The Coffee Bean & Tea Leaf Summarecon Mall Serpong*. In *Journal of Hospitality & Tourism Innovation* DOI
- Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2015). *A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention Case Study: the Agencies of Bono Brand Tile in Tehran*. In *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)* (Vol. 2, Issue 1).
- Mubarok, M. (2018). *Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jetis Sidoarjo Dimediasi Oleh Minat Beli*. In *Ventura* (Vol. 21, No. 1)
- Nazarani, M. R., & Suparna, G. (2021). *The Effect Of Luxury Brand, Brand Image, And Product Quality On Purchase Intention*. In *American Journal of Humanities and Social Sciences Research* (Issue 5).

- Notoatmodjo. (2003). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Notoatmodjo. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Pandiangan, K., Dwi, A. Y., & Author, C. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*.
- Praptiningsih, N. A. (2021). *Electronic Word of Mouth During Adaptation Pandemic Covid-19 Towards the New Normal: Cases in Indonesia*.
- Prayugo, D. W. (2018). *Pengaruh Komunitas Virtual Terhadap Minat Beli Online Pada Grup Facebook Bubuhan Samarinda*. Setyawati, E. W. (2018). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Pada CV Kirana Motorindo Jaya)*.
- Priansa, D. J. (2016). *Pengaruh E-WOM dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online di Lazada*. In *Ecodemia*, (Vol. IV, No. 1)
- Rachman, F., Ginting, R., & Amir, H. (2015). *Pengaruh Stimulus Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Baru Jenis Fashion yang Dipasarkan di Forum Jual Beli Kaskus*.
- Rida, V.F., Hermawan, I. (2020). *The effect of Innovation Products, Lifestyle and Brand Image on Purchase Decision of Datsun Type Cars*. In *Jurnal JOBS* (Vol. 6, Issue 2).
- Rizal, A., Fanani, D., & Pangestuti, E. (2016). *Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Pengguna Sepatu Merek Nike Di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)*. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* (Vol. 41, Issue 1).
- Sangadji, E.M., Shopia. (2013). *Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI.
- Samosir, E. N., (2020). *Pengaruh Social Media Marketing, Word Of Mouth Communication, dan Brand Image terhadap Minat Beli pada Produk Minuman Nomi On The Go (Survei pada Konsumen Produk Minuman Nomi On The Go di Yogyakarta)*.
- Sanita, S., Kusniawati, A., Lestari, M. N., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2019). *Pengaruh Product Knowledge dan Brand Image Terhadap Purchase Intention (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis)*. In *Business Management and Entrepreneurship Journal* (Vol. 1, Issue 3).
- Sekaran, U & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis, Edisi 6*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business. In A Skill-Building Approach (Seventh Ed)*. Chichester: Wiley.
- Soinbala, R., & Bessie, J. L. D. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Oncu's Fruit Dessert)*.
- Sosanuy, W., Siripipatthanakul, S., & Phayaphrom, B. (2021). *Effect of electronic word of mouth(e-WOM) and perceived value on purchase intention during the COVID-19 pandemic: the case of ready-to-eat food*. In *International Journal of Behavioral Analytics* (Vol. 1(2), No. 10)
- Sudjana, N & Ibrahim. (2004). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sujarweni, W. (2015.) *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press
- Sukmadinata. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja
- swa.co.id. (2016, Januari). *Survei MasterCard: Restoran Cepat Saji Masih Favorit Masyarakat Indonesia* from <https://swa.co.id/swa/trends/business-research/survei-mastercard-restoran-cepat-saji-masih-menjadi-tempat-favorit-bagi-masyarakat-di-indonesia>
- tekno.kompas.com. (2021, Oktober). *Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari?* from <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari?page=all>
- tekno.kompas.com. (2021, Februari). *Jumlah Pengguna Interneti Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. from <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Then, N., & Johan, S. (2020). *Effect Of Product Quality, Brand Image, And Brand Trust On Purchase Intention Of Sk-Ii Skincare Products Brand In Jakarta*. Univeritas Gunadarma.
- Tsabitah, N., & Anggraeni, R. (2021). *The Effect of Brand Image, Brand Personality and Brand Awareness on Purchase Intention of Local Fashion Brand "This Is April."*
- Wibisono, H., Wijaya, K. E., & Andrian, F. (2021). *Pengaruh Online Review dan Online Review Terhadap Minat Beli Pada Konsumen PergiKuliner di Surabaya*.

- Winatadewi, W., Aulia, P. (2020). *The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Purchase Decision On E-commerce Bukalapak In Bandung*. In *e-Proceeding of Management* (Vol.7, No.2)
- Wulandari, F. (2017). *Hubungan Komunikator Dalam Electronic Word of Mouth Dengan Keputusan Pembelian Followers Akun Instagram Kulinerpku*. In *JOM FISIP* (Vol. 4, Issue 1).
- Yuanita, B., (2017). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*.
- Yusuf. (2017). *Pengaruh Kompetensi, Tekanan Ketaatan Dan Kompleksitas Tugas Terhadap Audit Judgment*. In *Maret* (Vol. 13, Issue 01).