

DAFTAR PUSTAKA

- Adindo, A. W. (2021). *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*. CV Budi Utam.
- Agustina, L., Fayardi, A. O., & Irwansyah, I. (2018). *Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-commerce*. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(2), 141–154. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i2.1320>
- Alsabiyah, T., Hidayat, K., & Fanani, D. (2019). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada mahasiswa/mahasiswi Universitas Brawijaya yang menggunakan sepatu sneakers merek Converse). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 70(1).
- Ananda Devia Wulansari dan Mulyo Budi Setiawan. (2023). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 338–348. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/350>
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Astuti, M., & M. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media* (R. H. M. Meutia, Ed.). Deepublish.

- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Auliannisa Gifani, & S. (2017). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk smartphone oppo pada mahasiswa universitas Telkom. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship (e-Journal)*, 81–94.
- Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pemasaran electronic word of mouth pada e-commerce dalam menghadapi era digital 4.0 di Indonesia. *INOVASI: Jurnal Ekonomi Keuangan dan Manajemen*, 17(1), 136–143.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta. (2024). *Daerah DIY - Restoran dan Rumah Mak*. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah.
https://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/cetak/218-restoran-dan-rumah-makan
- Debora, Y. (2016). *Berapa Besar Pengaruh Ulasan Pembeli Saat Berbelanja Online?* tirta.id. <https://tirta.id/berapa-besar-pengaruh-ulasan-pembeli-saat-berbelanja-online-b7Gm>

- Duyen, T. N. M. (2016). *Beauty bloggers' influence on Vietnamese young consumers*. Saimma University of Applied Science, Lappeenranta, Finland.
- Efnita, T. S. E. M. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada CV.Gajah Mada Cabang Padang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 114– 121.
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2017). *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan* (A. Fauzi, Ed.). Duta Media Publishing.
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Dalam A. Fauzi (Ed.), *Jurnal Manajemen*. Duta Media Publishing.
- Frisca Rizti. (2024). *185,3 Juta Pengguna Internet Tercatat di Indonesia pada 2024*. goodstats data. <https://data.goodstats.id/statistic/1853-juta-pengguna-internet-tercatat-di-indonesia-pada-2024-JFNoa>
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Inayati, T., Johan Efendi, M., Safika Dewi Fakultas Ekonomi, A., Manajemen, J., Mayjen Sungkono Jl Irian Jaya No, U., & Mojokerto, K. (2022).

- Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 1(3), 202–209.
- Jacobson, J., Gruzd, A., & Hernández-García, Á. (2020). Social media marketing: Who is watching the watchers? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 1–12.
- Jalilvand, M., & Samiei, N. (2012). The Effect Of Electronic Word Of Mouth on Brand Image and Purchase Intention an Empirical Study in The Utomobile Industry in Iran. . . *Emerald Journal Marketing Intelligence*, 460–476.
- Jansen, B. J. (2009). Twitter Power: Tweet as Electronic Word Of Mouth. *Journal of The American Society for Information Science and Technology*.
- Kentzo, Claudia, G. A., Siaputra, H., & Iskandar, V. (2020). Analisa pengaruh e-WOM terhadap minat beli konsumen setelah kejadian food poisoning di restoran X Surabaya dengan citra merek sebagai mediator. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(1), 1–14.
- Kotler, K. (2017). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education.

- Kotler P. (2003). *Marketing Management* (11, Ed.). New Jersey: Prentice Hall Int'l.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.
- Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu, P. F. (2020). *Praktikum Statistik*. Ahli Media Press.
- Mowen JC, M. M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen JC, M. M. 1998. C. (1998). *Consumer Behavior* (5 ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Nugroho. (2010). *Perilaku konsumen, Perspektif Kontemporer tujuan, dan keinginan konsumen* (Revisi). Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Pratyaharani, H. P., Suroso, A. I., & Ratono, J. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Bayi Bagi Ibu Milenial. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.846>
- Purboyo, Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S. S., Wardhana, A., Kartika, R. D., Erwin, Hilal, N., S. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual* (Hartini, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Purwaningdyah, S. W. S. (2019). Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha* 19, 1.

- Rissa Mustika Sari dan Prihartono Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3).
<https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1573.%0D>
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*, 3(1), 96–106.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7 ed.). New Jersey: Wiley.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6 ed.). Salemba Empat.
- Setiadi, J. Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Siti Lam'ah Nasution, C. H. L. dan D. A. R., & Nasution. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu) SHOPEE. *Jurnal Ecobisma*, 7(1).

- Sri Wiludjeng Sunu Purwaningdyah. (2019). Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumbawati Suci. (2022). *PENERAPAN OMOTENASHI PADA RESTORAN GOLDEN GEISHA RAMEN*. <https://www.google.com/maps/place/Gol>
- Suryadiningrat, Y., Rahmat, T. Y., & Anandita, R. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan E-Wom Terhadap Kepercayaan dan Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 515–523. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.515>
- Susilo, H. H. R., & Yoestini, Y. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Melalui Media Sosial (Studi pada Konsumen Naturicha Juice di Kabupaten Cilacap). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(3), 1930. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i3.3495>
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Kharisma Putra Utama.

Tjiptono F. (2015). *Strategi Pemasaran*. (4, Ed.). Yogyakarta: Andi Publisher.