

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Spektrum Mitra Utama.
- Alifsa Ibrahim, A. L. Y. (2017). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Waroeng Steak And Shake Jln. Banteng No. 14 Bandung)*. 4(1), 82–90.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Bakhtiar dkk. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Di Toko Nindy Pernak Pernik Pangkalan Bun. *Magenta*, 8(2), 87–92.
- Belch, G. E. B. M. A. (2009). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perpective* (8th Editio). McGraw-Hill Companies.
- Black, J. F. H. J. W. C., & Anderson, B. J. B. R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson New International Edition.
- Brown, T. J., Barry, T. E., Dacin, P. A., & Gunst, R. F. (2005). Spreading the word: Investigating antecedents of consumers' positive word-of-mouth intentions and behaviors in a retailing context. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(2), 123–138. <https://doi.org/10.1177/0092070304268417>
- Ekawatiningsih, P., Komariah, K., & Purwanti, S. (2008). *Restoran*.
- Elhamidy, A. S. (2018). Pengaruh citra merek, promosi media sosial, promosi penjualan, dan word of mouth terhadap proses pengambilan keputusan nasabah bank bni syariah. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Ferdinand. (2002). *Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gisslen, W. (2013). *Professional Baking 6th Edition*.
- Goyette I., Ricard, L., J., B., & F., M. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5–23.
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review*, 2(1), 7–23. <https://doi.org/10.1108/prr-08-2017-0034>
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Media Pressindo.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. PT Buku Seru.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Indriantoro, N. and B. S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen* (Edisi 1). BPF.
- Ismayani, Y. (2008). Tiramisu Ala Cake Shop Favorit. In *PT Gramedia Pustaka Utama*.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Keller, K. dan. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*.
- Keller, K. L. (2000). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Prentice Hall.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education Inc.

- Keller, P. K. dan K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedu). PT. Indeks.
- Khorik Atul Aliyah. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Sfa Steak & Resto Karanganyar)*.
- Kotler, P. & G. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, P. & G. A. (2014). *Principle Of Marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Leon G. Schiffman. (2007). *Consumer Behavior* (9th Ed).
- Lo, S. C. (2012). Consumer Decisions: the Effect of Word-of-Mouth. *International Journal of Organizational Innovation (Online)*, 4(3), 188–196. http://search.proquest.com/docview/921995109?accountid=8144%5Cnhttp://sfx.aub.aau.dk/sfxaub?url_ver=Z39.88-2004&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=article&sid=ProQ:ProQ:abiglobal&atitle=Consumer+Decisions:+The+Effect+Of+Word-Of-Mouth&Title=Int
- Malardy, M. A., & Sari, D. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Konsumen Siete Cafe & Garden Bandung). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 1–8.
- Neti, M. S. (2011). Social Media and Its Role in Marketing. *Business and Economics Journal*, 01(02). <https://doi.org/10.4172/2151-6219.1000203>
- Nisrina. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Kobis.
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v10i2.2518>
- Priambodo, G., & Subyanto, M. (2017). Peran Komunikasi Word of Mouth Tradisional Dan Elektronik Word of Mouth Terhadap Merek. *Jurnal Komunikologi*, 14(1), 8–17.
- Putra, D. N. E. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Roti Gempol Dan Kopi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 758–763.
- Rasyid, R. A., Moniharapon, S., Trang, I., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media, Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt.

- Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3933–3942. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21918>
- Riva'i, A. R. (2009). *Kekuatan Memaksa Dalam Pemasaran Relasional Dan Dampaknya Pada Strategic Marketing Outcomes (Studi Empirik pada Industri Pariwisata di Indonesia)*. Universitas Diponegoro.
- Rusmini, W., Hastuti, P., & Hidayah, T. E. (2016). Guru Pembelajar Modul Paket Keahlian Jasa Boga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Bisnis dan Pariwisata Direktorat Jenderal Pendidik dan Tenaga Kependidikan. *Jakarta : Kementrian Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia*.
- Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601023>
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/746/756>
- Schiffman, L. dan K. (2014). *Perilaku Konsumen*. Indeks.
- Sengkey, C. S., & Wenas, R. S. (2015). Analysis of Brand Image, Store Atmosphere and Psychology on Purchasing Decision At Time Out Sport Cafe IT Center Manado. *Jurnal EMBA*, 3(1), 1162–1172.
- Sitorus, R. (2015). Gelato dan Sorbetto Booming, Tukang Es Krim Muncul di Pasar Santa. *Bisnis.Com*. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20150826/263/465972/gelato-sorbetto-booming-tukang-es-krim-muncul-di-pasar-santa>
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons Inc.
- Solomon, M. (1999). *Consumer Behavior* (4th ed).
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,*

- dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2002). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Suharsimi, A. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Arikunto, Rineka Cipta.
- Supranto, N. L. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Edisi kedua). Mitra Wacana Media.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (C. ANDI (ed.)).
- Wenats, A. E. (2012). *Integrated Marketing Communications : Komunikasi Pemasaran di Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Wenda Rumondor, P., Tumbel, A. L., J Ogi, I. W., Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, F., Kunci, K., & Produk, K. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan the Effect of Quality Products, Price, and Word of Mouth on the Decision To Purchase on Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoa*. 5(2), 1102–1112.
- WOMMA. (2007). *An introduction to WOM Marketing*.
- Yaninda, E. (2015). *Pakaroti Bakers One Stop Solution*.
- Zarrella, D. (2010). *The social media marketing book*.