

## DAFTAR PUSTAKA

- Adeliasari., Ivana., Vina., Thio, Sienny. *Electronic Word of Mouth (E-WoM) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya*. Jurnal Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia. 218-230.
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Annisa, Fitri (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Richeese Factory). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Vol 4, No 2.
- Bataineh, Abdullah. (2015). The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 7, No. 1; 2015.
- Bayram, Murat., Yayli, ali (2012). eWOM: The Effects Of Online Consumer Reviews On Purchasing Decision Of Electronic Goods. *International Journal of Internet Marketing and Advertising* 7 (1), 51-64, 2012.
- Bradley, Peter (2014). *Instagram: Why do we Post?*. Graduate School Southern
- Catur, Andhanu et all. (2014). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 12 No. 1.
- Cheung, Christy M.K. and Lee, Matthew K.O. (2012). *What Drives Consumers to Spread Electronic Word of Mouth in Online Consumer-Opinion Platforms*. *Decision Support Systems* 53 (2012) 218–225.
- Fan, Yi-Wen and Miao, Yi-Feng. (2012). *Effect Of Electronic Word-Of-Mouth On Consumer Purchase Intention: The Perspective Of Gender Difference*. *International Journal of Electronic Business Management*, Vol. 10, No. 3, pp. 175-181.  
Illinois University Edwardsville May 2015, UMI Number: 1588772.
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2012). *E-WOM scale: Word-of-mouth measurement scale for eservice context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.

Harjasiwi, Dara Patria. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis 2010-1013)*. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol.1 No.2, Hal 86-100.

Hasan, A. 2013. *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.

Indrawati (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung: Refika Aditama.

Kotler, Phillip & Armstrong, Gary. (2012). *Principle Of Marketing* (14thed). New Jersey: Pearson

\_\_\_\_\_. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). England: Person Education Limited.

Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management* (14thed). United State: Pearson

\_\_\_\_\_. (2016). *Marketing Management* Edisi 15e. Global Edition. Pearson Prentice.

Lin, C., Wu, Y. S., dan Chen, J. C. V. (2013). *Electronic Word of Mouth: The Moderating Roles of Product Involvement and Brand Image*. Technology Innovation and Industrial Management.

Mahendrayasa, A. C., Kumadji, S., dan Abdillah, Y. (2014). *Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Pengguna Kartu Selular GSM "IM3" Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 12. No. 1, Juli 2014.

Paquette, Holly (2013). *Social Media as a Marketing Tool: A Literature Review*. University of Rhode Island. Major Papers by Master of Science Students. Paper 2.

Park, Cheol et al (2011). *Factors Influencing eWOM Effects: Using Experience, Credibility, and Susceptibility*. International Journal of Social Science and Humanity. Vol. 1, No. 1, May 2011.

- Prastyo (2014). *Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth Di Media Sosial Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Hoka Hoka Bento*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Vol 2, No 1.
- Rachmalika, Brian. R. A., Kumadji, Srikandi dan Mawardi, M. K. (2015). “Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Hakata Ikkousa Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 25 No. 1.
- Resky, Gevi Tonida. (2015). Analisis Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tas Di Instagram Rgfashion Store. ). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Vol 3, No 2.
- Ridgway, & Clayton, (2016). *Instagram Unfiltered: Exploring Associations of Body Image Satisfaction, Instagram #Selfie Posting, and Negative Romantic Relationship Outcomes*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. Vol 19, No 1
- Rizky, M.F. dan Yasin, H. (2014). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol.14/No.02, 135-143.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sweeney, Áine. (2014). *An Investigation of the impact of online word of mouth on purchase intention in the Dublin Hospitality Sector (Bars and Restaurants)*. Dublin Business School, 2014.
- Sinay, Olivia Sari. (2016). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (eWOM) Terhadap Sikap Dan Niat Beli Konsumen Pada Produk The Body Shop Dalam Forum Femele Daily. *Jurnal Ilmiah FEB*. Vol 3. No 2.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen-Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Cetakan ke-3). Jakarta: Kencana.

- Siregar, Syofian. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta.PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_.(2013). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R.D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (2)*. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan nonparametrik*. Prenada Media, Jakarta.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Tseng, Fang-Mei., Hsu, Fang-Yu. (2010). *The Influence of eWOM within The Online Community on Consumers' Purchasing Intentions-The Case of The Eee PC*. The 2010 International Conference on Innovation and Management, Penang, Malaysia, July 7- 10, 2010.
- Paquette, Holly (2013). Social Media as a Marketing Tool: A Literature Review. *University of Rhode Island*. Major Papers by Master of Science Students. Paper 2.
- Park, Cheol et al (2011). *Factors Influencing eWOM Effects: Using Experience, Credibility, and Susceptibility*. International Journal of Social Science and Humanity. Vol. 1, No. 1, May 2011.

- Prastyo (2014). *Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth Di Media Sosial Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Hoka Hoka Bento*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Vol 2, No 1.
- JakPat (2016) *Jumlah pengguna Instagram di Indonesia*(Online). [www.dailysocial.id](http://www.dailysocial.id)[6 September 2016]Jurnal Berita Satu. (2013, Maret 22). *Pertumbuhan Industri Makanan akan Tetap Naik*. Diakses pada 16 Oktober 2016 dari <http://sp.beritasatu.com/>
- Jalilvand, M. R. dan 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", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30 Iss: 4 pp. 460 – 476.Jurnal Sisi Usaha. (2015, Juni 13). *Industri Kuliner Bandung*. Diakses pada 16 Oktober 2016 dari <http://sisiusaha.com/news/>
- Jurnal TangselPos. (2015, Juni 27). *Warunk Upnormal, Tempat Nongkrong di Atas Rata-Rata*. Diakses pada 1 Oktober 2016 dari <http://tangselpos.co.id>
- Wijaya, T. dan Paramita, E.L. (2014). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR*. Jurnal Pemasaran 2 (1).
- Adity, Hadi Pratama. (2017). Perkembangan pengguna internet di Indonesia tahun 2016 terbesar di dunia.  
[online]. <https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2016> [25 Oktober 2016].
- kemenperin (2016). Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 9,8 Persen Triwulan III 2016  
[online].<http://www.kemenperin.go.id/artikel/16650/Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-9,8-Persen-Triwulan-III-2016> [25 Oktober 2016].
- Sisiusaha.com (2015). Industri kuliner bandung. [online].  
<http://sisiusaha.com/news/9/industri-kuliner-bandung> [25 Oktober 2016].
- wisatabdg.com (2017). Bandung makuta cake, kuliner yang lagi ngehits. [online]. <http://www.wisatabdg.com/2017/03/bandung-makuta-cake-kuliner-yang-lagi.html> [25 Oktober 2016].
- metrotvnews.com (2016). Industri Sektor Makanan Meningkatkan Signifikan  
[online].<http://m.metrotvnews.com/ekonomi/mikro/MkMyj6Vk-industri-sektor-makanan-meningkat-signifikan> [25 Oktober 2016].

Astri, Agustina (2017). Artis Laudya Chynthia Bella rintis bisnis kue snow cake di Bandung [ online ] <https://bandung.merdeka.com/halo-bandung/artislaudya-chynthia-bella-rintis-bisnis-kue-snow-cake-di-bandung-1703065.html> [25 Oktober 2017].

Elliott, Nate (2016). Intagram is the king of social engagemen [online] <https://go.forrester.com/blogs/14-04-29-instagram-is-the-king-of-social-engagement/> [25 Oktober 2016].

Fatkur, Rozi (2017). spekulasi di balik tren oleh-oleh kekinian artis yang ternyata kue pastry semua, menarik nih [online] <https://www.hipwee.com/feature/spekulasi-di-balik-tren-oleh-oleh-kekinian-artis-yang-ternyata-kue-sama-pastry-semua-menarik-nih/> [25 Oktober 2017].

Instagram(2017).Bandungmakuta.[online]<https://www.instagram.com/bandungmakuta/> [25 Oktober 2017].

