

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nawaz., Vveinhardt., Jolita., dan Ahmed, Rizwan Raheem. (2014). *Impact of Word of Mouth on Consumer Buying Decision*. European Journal of Business Management vol 6, No. 31.
- Almoussa, Moudi & Deborah J.C. Brodahl. (2013). *Risk Perception and Internet Shopping : Comparing United States and Saudi Arabian Consumers*. *Journal of Marketing and Management Research*, Vol. 13
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arwiedya, Mochamad Ridzky & Sugiarto. (2011). *Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro*
- Dhewanto, Erwan., Mulyaningsih, Hendrati Dwi., Permatasari, Anggraeni., Anggadwita, Grisna., Ameka, Indriany. (2014). *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghafapi Perubahan*. Yogyakarta: ANDI.
- Ekawati, M., Kumadji, S., Kusumawati, A. (2014). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Pengetahuan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. *Jurnal administari bisnis*, 14(2).
- Gurnelius, Susan. (2011). *30-minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2010). *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Hakim, Faris Fadhilah. (2016). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Pada Media Sosial Twitter Terhadap Purchase Intention (studi pada Yellow Truck Coffee)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom
- Harjasiwi, Dara Patria. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis 2010-2013)*. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol.1 No.2*, Hal 86-100.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS
- Hastin, Yanrika. (2016). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Warunk Upnormal Bandung*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom
- Hatammimi, Jurry & Putu Ruri Cynthiadewi. (2014). *The Influences Of Electronic Word of Mouth Toward Brand Image and Purchase Intention of 13th Shoes*. International Conference on Economics, Education and Humanities (ICEEH'14) Dec. 10-11, 2014 Bali

- Henning-Thurau, T; Gwinner, K. P; Walsh, G; and Gremler, D. D., (2014) *Electronic Word-of-Mouth Via Consumer-Opinion Platform: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?*, Wiley Periodicals, INC., 18, 38-52
- Indrawati (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung: Refika Aditama
- Jalilvand, Mohamad Reza & Samiei, Neda. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention an Empirical Study in The Automobile Industry in Iran*. Journal of Marketing Intelligence & Planning 30(4),460-476.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management*. Edisi 14. Horizon Edition. Pearson.
- Kotler, Phillip & Gary Armstrong. (2012). *Principle Of Marketing* (14thed). New Jersey: Pearson
- Maharani, Baby. (2016). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Melalui Social Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Arromanis Corner Store Bandung*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom
- Merlin, P. Amelia. (2015). *Pengaruh electronic word of mouth (e-wom) Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen Go-Jek Jakarta dan Bandung)*. Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom
- Natakusumah, Fiera Aryati. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ina Cookies Bandung)*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Paramita, Eristia Lidia & Tommi Wijaya. (2014). *Pengaruh electronic word of mouth (e-wom) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR*. Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara
- Prasetyo, Kutut. (2013). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Hoka Hoka Bento*. Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: ANDI.
- Rahmia, Vina. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Sepatu Retailthropy di Social Media Instagram*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Ridwan, Engkos Achmad Kuncoro. (2013). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis*, Bandung: Alfabeta
- Sarah, Tatsa Marizka S. (2016). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Cafe DU71A Bandung*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Sari, Virantika Mustika. (2012). *Pengaruh Electronic word of mouth (Ewom) di Social Media Twitter terhadap Minat Beli Konsumen (studi pada Restoran Holycowsteak)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

- Siregar, Syofian. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (2)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunuyoto, Danang. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS.
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for Business Edisi 1 dan 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Thio, Shienny., Adeliastari & Vina Ivana. (2014). *Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Restaurant dan Kafe di Surabaya*. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra
- Utami, Dian Wahyu. (2016). *Pengaruh electronic word of mouth (e-wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Cafe Roti Gempol dan Kopi Anjis Bandung*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Wantini, Saiz., Martono, Trisno., & Aniek Hindrayani. (2013). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Emping Melinjo Di Kelurahan Ngadirejo Kecamatan Kartasura*. Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi Vol.1 No.1, Hal 67-79.
- Wijaya, T. dan Paramita, E.L. (2014). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR*. Jurnal Pemasaran 2 (1).
- Zamil, Ahmad M. (2011). *The Impact of Word of Mouth (WOM) on the Purchasing Decision of the Jordanian Consumer*. Faculty of Administrative Science King Saud University.
- Zohaib, M & Naimatullah C., Pershant Sharma., Saadullah S., A. Haseeb. (2015). *Determining the Impact of Ewom on Brand Image and Purchase Intention through Adoption of Online Opinions*. International Journal of Humanities and Management Sciences (IJHMS) Volume 3, Issue 1 (2015) ISSN 2320–4044
- www.techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89 (diakses 14 November 2016)
- www.wikipedia.org/wiki/Media_sosial (diakses tanggal 27 September 2016)
- www.wikipedia.org/wiki/Instagram#Sejarah (diakses tanggal 05 November 2016)
- www.Instagram.com/cafe_whatsup (diakses 27 September 2016)
- www.jendelakuliner.com/whats-up-cafe-kafe-milik-ayu-zulia-shafira-ini-sediakanmie-kekinian/#sthash.2tOTl6gL.dpuf (diakses 24 September 2016)

www.wartaekonomi.co.id/read/2015/12/26/84802/kafe-initelah-dianggap-jual-makanan-biasa-omzet-kafe-ini-sekarang-ratusan-juta.html (diakses 24 September 2016)

www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/kuliner/15/11/06/nxe3t2349-kuliner-akhir-pekan-nongkrong-asyik-di-kafe-whats-up (diakses 24 September 2016)