

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition: Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Edition: Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2016). *Pengaruh E-WOM dan Persepsi Nilai Terhadap keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online di Lazada (Vol. IV)*.
- Priansa, D. J. (2016). *Pengaruh E-WOM dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online di Lazada*. Ecodemica, 1.
- Priansa, D. J. (2017). *Prilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*. Bandung: Refika Aditama.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2018). *The Principle of Marketing*. (17e ed).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sitanggang, F. C., & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Warunk Upnormal Di Kota Bandung Tahun 2018). *Open Library Telkom University*.

- Purnama, M. P. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) di Sosial Media Instagram Terhadap Proses Keputusan Pembelian PayTV Transvision Studi Kasus : Transvision Kota Bandung 2020. *Open Library Telkom University*, 20-23.
- Laksmi, A. A., & Oktafani, F. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk UPNORMAL. *Open Library Telkom University*, 82-85.
- Firdaus, R. & Sharif, O.O. (2020). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Pada Brand Image dan Purchase Intention Terhadap Produk Sepatu Nike (Studi Pada Konsumen di Kota Bandung). *Open Library Telkom University*, (2) 61-66.
- Semuel, H., & Lianto, A. S. (2014). Analisis Ewom, Brand Image, Brand Trust Dan Minat Beli Produk Smartphone Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, , 48.
- Nurpratomo, I., & Zuliestiana, D. A. (2019). Pengaruh Ewom (Electronic Word Of Mouth) Pada Akun Instagram Bandung Makuta Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Di Kota Bandung. *Open Library Telkom University*.
- Cynthiadewi, P. R., & Hatammimi, J. (2014). The Influence of Electronic Word of Mouth Toward Brand Image and Purchase Intention of 13th Shoes. *International Conference on Economics, Education and Humanities (ICEEH) 2014*, 66-70. doi:10.15242/ICEHM.ED1214001
- Lam, A.Y.C & Cheng, Calvin. (2019). The impact of Electronic Word of Mouth On Young Customers' Purchase Intention In Hongkong, *eProceedings ACM Digital Library*. doi.org/10.1145/3306500.3306577.
- Wearesocial. (2020, Oktober 15). *Digital 2020 : Indonesia*. Retrieved February 18, 2020, from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Wearesocial. (2020, Oktober 15). *Digital in 2020*. Retrieved February 18, 2020, from We Are Social: <https://wearesocial.com/digital-2020>
- Pergi Kuliner. (2020, Oktober 25). *10 Tempat Minum Kopi Terbaik Di Jakarta*. Retrieved October 10, 2020, from Pergi Kuliner: <https://pergikuliner.com/catalogs/kopi/jakarta>

Pergi Kuliner. (2020, Oktober 27) *Tuku Kopi Fatmawati*. From Pergi Kuliner:  
<https://pergikuliner.com/restaurants/jakarta/tuku-kopi-fatmawati>

Instagram. (2020, Oktober 27) *Toko Kopi Tuku*. <https://www.instagram.com/tokokopituku/>