

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhiyanto, W., Rivai P, A. K., & Febrilia, I. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Electronic Service Quality, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Layanan Netflix Di Kota Bekasi. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 4(2), 326–346. <https://doi.org/10.53067/ijebe.v4i2.165>
- Badan Pusat Statistik. (2020). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2019. *Www.Bps.Go.Id*, 17/02/Th. XXIV, 1–12. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/05/1755/ekonomi-indonesia-2019-tumbuh-5-02-persen.html>
- djpb.kemenkeu.go.id. (2023). *kontribusi umkm dalam perekonomian indonesia*. Djpb.Kemenkeu.Go.Id. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html?>
- Ferils. (2022). Kompetensi dan stres kerja pengaruhnya terhadap kinerja pegawai. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(4), 768–778.
- Fina, A., Rohmah, A., Crusma Fradani, A., & Indriani, A. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 1(2), 110–117. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jakbs/index>
- Hamisena, M., & Sudyasjayanti, C. (2024). The Effect Of Advertising Attractiveness, Influencer Marketing, And Online Customer Review On Smartphone Purchasing Decisions For Generation Z In Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(4), 3653–3664. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i4.6326>
- Huete-Alcocer, N. (2017). A literature review of word of mouth and electronic word of mouth: Implications for consumer behavior. *Frontiers in Physiology*, 8(JUL), 1–4. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01256>
- Ismail, I. A. (2021). *Understanding quantitative and qualitative research methods : A theoretical perspective for young researchers Understanding Quantitative and Qualitative Research Methods : A Theoretical Perspective for Young Researchers*. 08(February), 70–87. <https://doi.org/10.2501/ijmr-201-5-070>
- kaluargi.jawa. (n.d.). No Title. Kaluargi.Jawa. <https://www.instagram.com/kaluargi.jawa?igsh=OGpjMGp1aXMwZmcw>
- <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/>

1/8314/LOEBLEIN%2C

LUCINEIA

CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proees

Nuriya, I. (2023). *Coffee Shop: Tempat Bergaya dan Bekerja*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/nuriya-hasanah/coffee-shop-tempat-bergaya-dan-bekerja-21JaTYAQ9i1/full?>

ottencoffee.co.id. (2024). *No Title*. Ottencoffee.Co.Id. <https://ottencoffee.co.id/>

Ramadhany, Lapian, J., & Djemly, W. (2021). Kualitas Pelayanan Dan Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamart Sindulang Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 447–457. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34758>

Rizqiawan, H., Novianto, I., & Indrawati, T. (2023). Efektivitas Google Maps Sebagai Fungsi Promosi dan Media EWOM pada Pelaku Usaha Kuliner Surabaya. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 4(2), 153–165. <https://doi.org/10.33476/jobs.v4i2.4139>

Setiyadi, I. nur. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 122–136. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>

tekno.republika.co.id. (2022). *Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi dan Informasi Terhadap Karakter Anak*. KABUPATEN BANGKA BARAT Negeri Sejalan Setason. <https://www.bangkabaratkab.go.id/detail/pengaruh-kemajuan-teknologi-komunikasi-dan-informasi-terhadap-karakter-anak?>

www.bangkabaratkab.go.id/. (2022). *Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi dan Informasi Terhadap Karakter Anak*. Www.Bangkabaratkab.Go.Id. <https://www.bangkabaratkab.go.id/detail/pengaruh-kemajuan-teknologi-komunikasi-dan-informasi-terhadap-karakter-anak?>

www.kompasiana.com. (2024). *Bagaimana smartphone mempermudah akses bisnis online bagi masyarakat umum*. Konten ini telah tayang di Kompasiana.com dengan judul “Bagaimana smartphone mempermudah akses bisnis online bagi masyarakat umum.”, Klik untuk baca: <https://www.kompasiana.com/raf>. Www.Kompasiana.Com. <https://www.kompasiana.com/raffirasyad3037/68159ad434777c6703353374/bagaimana-smartphone-mempermudah-akses-bisnis-online-bagi-masyarakat-umu?>

Yuliany, N., & Rahmatia, R. (2020). Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Jenis Kelamin Terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Matematika Uin Alauddin Makassar. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 6(1), 12–20. <https://doi.org/10.35906/jep01.v6i1.464>

Melati, N. (2020). *Komunikasi Pemasaran: Teori dan Praktik Strategi Promosi*.

Yogyakarta: Deepublish.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran strategik* (Edisi ke-2). Yogyakarta: ANDI.

Sujarweni, V. Wiratna. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wardhana, Aditya. (2024). PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Puteri, A., & Djuwita, B. (2021). *Electronic word of mouth dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 5(2), 123–135.

Puteri, A., & Djuwita, B. (2021). *Strategi komunikasi pemasaran berbasis media digital*. Jakarta: Media Pustaka.

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer* (hal. 354). Bandung: Alfabeta.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan, dan eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.

Rosdiana. (2022). *Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.

Sudirjo, F., Astuti, A. K., Parandy, L. M., Kowey, W. O., & Transistari, R. (2023). *Analysis of the Influence of Electronic Word of Mouth, Brand Awareness, and Digital Accessibility on Purchase Decision of Sayurbox Consumers*. *Jurnal Informasi dan Teknologi*, 5(4), 53–58.

Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). *Perilaku Konsumen*. [Eureka Media Aksara].

Kasmir. (2022). *Pengantar metodologi penelitian: Untuk ilmu manajemen, akuntansi, dan bisnis*. Depok: Rajawali Pers.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of marketing* (19th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (ed. terbaru). Pearson.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi. ISBN 978-623-01-0416-9

Wahono, J. W., Wedyarsa, M. J. A., & Fakhirah, F. (2024). *Determinan perilaku konsumen melalui aktivitas social media marketing dan electronic word of*

mouth. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis.