

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Almana, & Mirza. (2013). The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Consumers Purchasing Decisions. *International Journal of Computer Applications*, 82(9), 23–31. <https://doi.org/10.5120/14145-2286>
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Bangsawan, Marquette,& Mahrinasari. (2017). Consumer Restaurant Experience, Electronic Word Of Mouth And Purchase Intention In The Indonesian Restaurant Industry. *Journal for Global Business Advancement*, 10(6), 613–630. <https://doi.org/10.1504/JGBA.2017.091945>
- Budiyani,& Mustikasari. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cekeran Midun Cabang Dipatiukur Bandung). *EProceedings of Applied Science*, 4(3), 1066–1074.
- Darmawan, D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. CV Budi Utama.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT Grasindo.
- Ismagilova, et. al. (2017). Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context A State of the Art Analysis and Future Directions. In *SpringerBriefs in Business*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-52459-7>
- Kusumah. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*.
- Limakrisna, N., & Susilo, W. (2012). *Manajemen Pemasaran. Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat.
- Machali, I. (2015). *Statistik Itu Mudah Menggunakan SPSS Sebagai Alat Bantu Statistik*. Lembaga Ladang Kata.
- Manullang, & Hutabarat. (2016a). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Indomedia Pustaka.
- Mranani, N. A., & Lastianti, S. D. (2019). Analysis Of The Effect Of Experiential Marketing And Community Reference On Purchase Decisions (Study In

- Surabaya Brain Coffee). *International Journal of Advances in Social and Economics*, 1(1), 36. <https://doi.org/10.33122/ijase.v1i1.38>
- Nawangsih, Ifa, & Ariyono. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Widya Gama Press.
- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*. Skripta Media Creative.
- Nuryadi, Astuti, T., Utami, E., & Budiantara. (2017). *Dasar-dasar Statistik Penelitian*. Sibuku Media.
- Patria, Maharani, & Mahani. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Warung Kopi*. 6(2), 5039–5047.
- Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Santosa. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-WOM Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of MozaruParis Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148–158. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1613>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Supraba, & Syahputra. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mr . Dobleh Bandung) The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Purchase Decision (Study On Mr . Dobleh Bandung Consumer). *Pengaruh EWOM Terhadap Keputusan Pembelian*, 5(3), 3849–3854.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Prenadamedia Group.
- Syaban, & Moeliono. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Halaman. *E-Proceeding of Management*, 5(3), 3842–3848.
- Syahadat. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Starbucks Coffee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Starbucks Coffee Di Bandung) The Effect Of Experiential Marketing As a Marketing Strategy On Coffee Starbucks On Pur*. 4(1), 42–62.

- Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran. Esensi & Aplikasi*. CV Andi Offset.
- Widarjono. (2015). *Analisis Multivariat Terapan, Dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*. UPP STIM YKPN.
- Yaumil, Tresnati, & Maharani. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Prosiding Manajemen*, 3(2), 815–820.

