

DAFTAR PUSTAKA

- Ambalika, Ni Komang Ayu Diah. 2020. “*Pengaruh Pengalaman Emosional Positif Pada E-Wom Terhadap Kepuasan Konsumen, Reputasi Merek Dan Loyalitas Konsumen Kopi Janji Jiwa.*”
- Basamalah, F. M. 2011. “*Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Word Of Mouth.*” *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi* 17(1):78–89. doi: 10.20476/jbb.v17i1.629.
- Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Pengguna Kartu Selular Gsm ‘IM3’” *Jurnal ...* 16(1):1– 6.
- Mahendrayasa, A. C., S. Kumadji, and ... 2014. “Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Pelupessy, Selvina Juliana, Made Wardana, and Ni Wayan Sri Suprapti. 2017. “*Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Wom Terhadap Switching Intention Ke Produk Smartphone Merek Samsung Di Denpasar.*” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 6(5):1939–66.
- Permadi, Prima Conny, Srikandi Kumadji, and Kusumawati Adriani. 2014. “*Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang) Prima Conny Permadi Srikandi Kumadji Andriani Kusumawati.*” *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol 10(1):1–7.*
- Safitri, Ayu. 2019. “*Electronic Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan Serta Suasana Kafe Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Warunk Upnormal.*” 113–26. doi: 10.4324/9780429263965-7.
- Saputra, Akhtar Alam, and Endah Budiarti. 2023. “*Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko Dan Persepsi Harga Terhadap Word Of Mouth Toko Venus Sport Di Surabaya.*” 2(12).
- Widyasari, eka fanny diksa. 2014. “*Pengaruh Suasana Layanan Terhadap Word Of Mouth Yang Dimediasi Oleh Interaksi Antar Pelanggan Pada Pt. Coffee Toffee Indonesia Di Surabaya.*” (1):1–16.
- Asriyati (2020) *Pengaruh Word Of Mouth Marketing (Wom) Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Pemediasi (Studi Kasus Warung Bakso & Soto Sami Asih Pak Birin Purwokerto).* Skripsi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
- Anita (2019) *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Wom melalui Kepuasan pada PT. Sarana Dewata Courier.* JE-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, 2015 : 2192-2209
- Indri (2018) *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) dan Brand*

Experience (Pengalaman Merek) Terhadap Brand Trust (Kepercayaan Merek) CV HAK Creative Group. DOI: <https://doi.org/10.31004/inno>

Kusmiran (2019). *Analisa Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Timbulnya Word Of Mouth (Wom). Manager (2)-3 289. ISSN2654-8623*

Saputri (2019) *Analisis Pengaruh Website Quality Dan Ewom Terhadap Purchase Decision Melalui Online Trust Pada Situs Tiket Travel Dan Reservasi Hotel Online Di Indonesia. Skripsi Universitas Surabaya*