

Daftar Pustaka

- Adrian Gae Lomi 2016. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat beli ulang Kartu Perdana XL Axiata di Semarang*”. Diponegoro Journal of Management. Vol.6 (No.2): pp 1-11.
- Arif & Purwanti 2018. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) di Media Sosial Instagram Terhadap Minat beli ulang Konsumen (Studi Pada Richeese Factory)”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Vol 4, No 2.
- Faradisa Isti 2016. “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat beli ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café)”. Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016.
- Firdayulia 2021. “*Electronic Word of Mouth (E-WoM) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya*”. Jurnal Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia. 218-230.
- George Silverman dalam Viranti 2012. “Pengaruh brand awareness dan kepercayaan konsumen atas merk terhadap keputusan pembelian ulang minuman Aqua di kota Padang”. Universitas Airlangga. Surabaya: Majalah Ekonomi. Tahun XVII. No. 2. Agustus. Hal. 145 – 156.
- Hasan Ali. 2018. “Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. Cetakan Pertama. Media. Pressdindo”.
- Hermawan et al. 2016. “*Analisis Pengaruh Promosi, Word of Mouth, Dan Brand Awareness Terhadap Pembentukan Minat beli ulang Pada Coffee Groove Semarang*”. Journal of Management. Vol 4, No1, Hal1-10
- Indah & Budianto 2018. “*Electronic Word of Mouth (E-WoM) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya*”. Jurnal Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia. 218-230.

- Isra Ul Huda 2020. “*Pengaruh Store Atmosphere Dan Brand Awereness Terhadap Minat beli ulang Konsumen Pada Warung Kopi 88 Banjar Indah Permai Melalui Kepuasan Konsumen*” *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online) Vol. 4, No. 4*
- Junni Kalangi 2019. “*Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders Di 24 Mart Manado*”. *Jurnal Emba Vol.2 No.3 September 2019*.
- Kotler & Armstrong 2018 “*Prinsip-prinsip Pemasaran*” Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller, 2016 “*Manajemen Pemasaran*” Jakarta: Erlangga.
- Lachram 2020. “*Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth Di Media Sosial Twitter Terhadap Minat beli ulang Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Hoka Hoka Bento*”. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Vol 2, No 1*.
- Lubis. 2021.”*Pengaruh Eletronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Vie Cafe & Forbidden Distro Di Kota Pandan)*” . *Jurnal Akrab Juara, 2021*.
- Mardiansyah 2017. “*Pengaruh E-WOM Terhadap Brand Image Dan Brand Trust, Serta Dampaknya Pada Minat beli ulang Produk Smartphone Iphone (Studi Pada Masyarakat Yogyakarta)*” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI), 5(3), 266– 275*.
- Masinambow 2021. “*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat beli ulang CV. Prayer Mebel Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan*”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa Vol. 2 No. 2, 2021*
- Pedersen et al., 2014 “*Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat beli ulang Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 12 No. 1*.
- Prasuhanda 2018 “*Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Konsumen Pada Dreezel Coffe Bandung)*” *Prosiding Manajemen, 3(2), 815–820*.

- Rondonuwu et al., 2020 “Electronic Word of Mouth (E-WoM) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan *Cafe* di Surabaya” *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia. 218-230”.
- Widya Rachma (2019). “Pengaruh Kualitas Produk dan Brand image terhadap minat beli ulang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 61 No. 2 Agustus 2019”.
- Yunisya Nadya (2017). “Pengaruh Servicescape Terhadap Minat beli ulang (Studi Pada Konsumen Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung)”. *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol. 11, No 2, Desember 2017”.