

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliasari., Ivana., Vina., Thio, Sienny. (2010). *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.
- Assosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia. (2015). Profil Pengguna Internet Indonesia 2014. Didapat dari: www.apjii.or.id. (Diakses pada 29 November 2016)
- Chang, L. Y., dan Lee, Y. J. (2012). The Influence of E- Word Of Mouth on the Costumer's Purchase Decision: a case of Body Care Products. *Journal Global Of Bussines Management*. ISSN 1817-3819.
- Ekawati, M., Kumadji, S., Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Pengetahuan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal administari bisnis*, 14(2).
- Fan, Y.W. and Miao, Y.F. (2012). Effect Of Electronic Word Of Mouth On Costumer Purchase Intention: The Prespective Of Gender Differences. *International Journal of Electronic Business Management*, Vol. 10, No. 3, pp. 175-181.
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J. Dan Marticotte, F (2010). E-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context, *Canadian Journal of Administration Sciences*, 27(1),5-23.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut Word of Mouth Marketing*. Jakarta Media Presindo. <https://www.instagram.com/dinodonuts/> (Diakses tanggal 17 November 2016)
- Ide Usaha. (2015). Peluang Bisnis Yang Naik Daun di Tahun 2015, [online]. Didapat dari: <http://suksesbisnisusaha.com/usaha-waralaba/peluang-bisnis-yang- akan-naik-daun-di-tahun-2015%20> (diakses 5 Desember 2016)
- Indrawati (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung: Refika Aditama.
- Internetworldstats. (2015). Internet User In The Worlds Distribution By World
- Jalilvand, M., R. (2012). The impact of eWOM on tourism destination choice testing of Theory of planned behavior. *Internet research*. 22(5).
- Kotler, P., dan Gary, A. (2014). *Principles of Marketing (Edisi 13)*. United States of America: Pearson.
- Kotler, P., Keller, Kevin, L. (2012). *Marketing Management 14th edition*. Harlow: Pearson Education.
- Lim, C.H., dan Chung, J.J. (2012). Effect of Elektronik Word of Mouth Messages, *Sport Manajement International Journal*.
- Patakondo, S. (2015). Bandung Sebagai Masyarakat Inovatif [online]. Didapat dari: <http://www.cendananews.com/2016/05/bandung-kota-inovasi.html> (diakses tanggal 5 Desember 2016)
- Riduwan dan Sunarto. (2010). *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta

- Sari, V.M. (2012). *Pengaruh Elektronik Word Of Mouth (E-WOM) di Sosial Media Terhadap Purchase intention Konsumen. Skripsi (studi kasus pada restoran holycowsteak)*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia: Tidak Diterbitkan.
- Sugiyono (2010). *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta. Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti & Wahyuni, Salamah. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Widianto, S. (2015). Bandung ditetapkan sebagai destinasi wisata kuliner Indonesia, [online]. Didapat dari: <http://www.pikiran-rakyat.com/wisata/2015/11/23/350975/bandung-ditetapkan-sebagai-destinasi-wisata-kuliner-indonesia> (diakses tanggal 29 November 2016).
- Wijaya, K.K. (2016). Indonesia Ternyata Pengguna Instagram Terbanyak Ketiga di Dunia, [online]. Didapat dari: <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-instagram-indonesia.html> (diakses tanggal 3 Desember 2016).
- Wijaya, T., dan Paramita, E.L. (2014). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. *Jurnal Pemasaran*. 2(1) Mahasiswa Universitas Negri Padang atas Produk Smartphone Samsung Galaxy. *Jurnal Manajemen* . 2 (2).
- Zhang, Z. E. (2010) The Impact of E-Word of Mouth On The Online Popularity Of Restaurant: A. *Elsevier*, 7.