

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, P. A. A., & Damayanti, S. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Umkm Melalui Business Model Canvas (Studi Kasus: Warung Barokah Mbah Yul). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 2(1).
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/5378>
- Anto, R. P., & Nur, N. (2024). Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 2).
- Cahyani, D. T. (2023). Determinan Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Social Commerce, Influencer, Electronic Word Of Mouth dan Pembayaran Digital. *Samalewa Jurnal Riset Dan Kajian Manajemen*, 1(2).
<https://doi.org/10.58406/samalewa.v3i2.1435>
- Devi, S. (2023). Peran e-Wom, e-Service Quality dan e-Trust dalam Menentukan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2(1).
- Fauzan, M. F. (2025). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan di Akun Instagram @rooftopin.nesia. *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, 3(1). <https://doi.org/10.32520/stmsi.v14i4.5196>
- Haqudin, M. S., & Muslih, B. (2024). Desain Strategi Marketing Produk Grubi di Munjungan Trenggalek untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *JURNAL SINDA*, 1. <https://doi.org/10.28926/sinda.v4i1.1390>
- Ifanisari, D. P., & Muslih, B. (2024). Peran Social Media Marketing, Brand Image, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tell Kopi Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3(1). <https://doi.org/10.29407/d53g4473>
- Karina, M. (2022). Strategi Pemasaran Dengan Pemanfaatan Fenomena Viral Dan Komunikasi Electronic Word Of Mouth Melalui Sosial Media Di Indonesia. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 3(1).
<https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2506>
- Margiantoro, F. N., & Muslih, B. (2024). Implementasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Es Krim Mixue Di Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 2.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/5418>
- Maulana, N. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Oleh Brand Trust Pada Bukalapak. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5.
<https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1668>

- Nasution, N. F. (2024). Peran Electronic Word of Mouth sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada Produk Avoskin. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi (JIMIK)*, 5(2).
<https://doi.org/10.35870/jimik.v5i3.900>
- Ningsih, A. (2024). Peran Word of Mouth Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7.
- Ningtiyas, A. W., & Muslih, B. (2022). Analisis Pengaruh E-Service Quality, E-Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Artee Collection Nganjuk. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022*, 2(1). <https://doi.org/10.29407/7hk3n492>
- Okky, A., & Muslih, B. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Go The Chipz Pada Gemora Multi Solution. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 2(1). <https://doi.org/10.31947/kareba.v7i2.6907>
- Simarmata, A. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7p) Pada Black Cup Coffee Roaster Di Kota Manado. *Jurnal Transdisiplin Pertanian (Budidaya Tanaman, Perkebunan, Kehutanan, Peternakan, Perikanan), Sosial Dan Ekonomi*, 18.
<https://doi.org/10.35791/agrsosek.v18i3.44693>
- Sipangkar, M. R. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Korean Wave, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Korea Di Lapak Obat Lapar Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 4(1), 1589–1606. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/1233>
- Tohari, A., & Muslih, B. (2024). Structural Equation Modeling: Taxpayer Compliance Of Msmes In Kediri City. *Rgsa – Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(7), 1–17. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-078>
- Wibowo Putra, D. N. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 22–23.
<https://doi.org/10.37531/mirai.v8i2.5135>
- Wiguna, F. A., & Damayanti, S. (2022). Pengembangan UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 dan Pasca Banjir Melalui Budidaya Lele dan Jamur Tiram. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(2).
<https://doi.org/10.29407/ja.v6i3.14557>