

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aaker, David A. (2017). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Alih Bahasa oleh Aris Ananda. Jakarta: Spektrum Mitra Utama
- Ferdinand, A. (2005). *Structural Equation Modelling: Manajemen Penelitian*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Univ. Diponegoro Press.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish CV Budi Utama.
- Harris, M. (2024). *Era Digital dan Dampak Perkembangan Teknologi yang Pesat!* Gramedia. <https://www.gramedia.com/literasi/era-digital/>
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. PT. Intermedia Personalia Utama.
- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2012). *Structural Equation Modeling: Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. PT. Intermedia Personalia Utama.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context*.
- Kasali, Rhenald. (2018). *The Great Shifting: Menyikapi Perubahan Besar di Era Disrupsi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*.
- Kilangbara.com. (2023). *Grand Opening Mie Gacoan Tasik, Harganya Terjangkau Wanita Ini Rela Antri Panjang*. Kilangbara.Com. <https://kilangbara.com/2023/12/14/grand-opening-mie-gacoan-tasik-harganya-terjangkau-wanita-ini-rela-antri-panjang/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing (Seventeenth Edition)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management. 15th edition*. Pearson education.

- Kurniawan, A. W., & Puspaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. CV. Pustaka Setia.
- Rogers, E. M. (2013). *Diffusion of Innovations, 5th edition*. Free Press, New York.
- Sarie, F., Sutaguna, I. N. T., Sairaoka, I. P., Damanik, D., Efrina, G., Sari, R., Nengsi, A. R., Triansyah, F. A., & Massenga, T. W. (2023). *Metodologi Penelitian* (S. O. Manullang, Ed.). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Sipahutar, E. K. S., & Nugrahani, R. U. (2021). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Brand Image Dear Me Beauty*.
- Sudarso, A., Kurniullah, A. Z., Halim, F., Purba, P. B., Dewi, I. K., Simarmata, H. M. P., Purba, B., Sipayung, R., Sudirman, A., & Manullang, S. O. (2020). *Manajemen Merek*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Andi Offset.
- Syahrum, & Salim. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif* (R. Ananda, Ed.). Citapustaka Media.
- Thompson, A. A. (2016). *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Readings*.

JURNAL

- Akbar, M. J. C., & Sunarti. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 60(3)*.
- Almana, A., & Mirza, A. A. (2013). The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers' Purchasing Decisions. *International Journal of Computer Application*, 82(9), 23–31. <https://doi.org/10.5120/14145-2286>
- Anggitasari, A. M. (2016). Pengaruh EWOM Terhadap Brand Image dan Brand Trust, Serta Dampaknya pada Minat Beli Produk Smartphone Iphone (Studi Pada Masyarakat di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(3), 266–275. www.bareksa.com
- Apriani, D., & Pradana, M. (2017). The Influence Of Electronic Word of Mouth (EWOM) Towards Consumers' Purchase Decision at Bakso Boedjangan, Bandung. *Journal of Business Management*, 3(1), 38–44.

- Asnawati, Nadir, M., Wardhani, W., & Setini, M. (2022). The effects of perceived ease of use, electronic word of mouth and content marketing on purchase decision. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.001>
- Chan, Y. Y. Y., & Ngai, E. W. T. (2011). Conceptualising Electronic Word of Mouth Activity: An Input-Process-Output-Perspective. *Marketing Intelligence & Planning*, 29(5), 488–516. <https://doi.org/10.1108/02634501111153692>
- Demante, K., & Dwiyanto, B. M. (2019). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Image dan Perceived Quality Serta Dampaknya pada Purchase Intention (Studi pada Lipstik Sariayu Martha Tilaar di Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 8(4), 97–105. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Gita, M. T., Satriawan, B., & Satyawisudarini, I. (2023). The Influence of Consumer Impulse Buying and Electronic Word of Mouth on Purchasing Decisions. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 2(2), 488–495. <https://doi.org/10.38035/ijam.v2i2.328>
- Hassan, M. (2022). *The Impact of Electronic Word-of-Mouth (e-WOM) on Consumers' Purchasing Decision Evidence from Five-star Hotels in Egypt*. *International Journal of Tourism, Archaeology and Hospitality*, 2(2), 203–222. <https://doi.org/10.21608/ijtah.2022.144395.1000>
- Khairunnisa, S., & Rozza, S. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Belanja di Aplikasi Tokopedia Dengan Kemudahan Sebagai Variabel Moderasi. *Prosiding SNAM PNJ*.
- Khoirunnisa, D. E. V., Wilanda, S. D., Nurliana, S., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Tokopedia. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(2), 53–65. <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v1i2.749>
- Mandasari, F., Purwanto, E., & Purwanto, S. (2023). The Influence Of Celebrity Endorsers And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decision Trust On Lazada Marketplace Surabaya. *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(1), 99–113. <https://doi.org/10.21107/pamator.v16i1.19059>
- Nasution, A. B., & Kurniawati, T. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Padang). *Jurnal Salingka Nagari*, 01(2), 101–110.
- Nur, D. S., & Octavia, A. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Mediasi Pada Marketplace Shopee di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan*

Keuangan (Mankeu), 11(02).

- Nurhalim, A. D. (2020). Pengaruh Brand Image Gojek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek COVID-19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang). *Jurnal Bina Manajemen*, 9 (1), 17–29.
- Oladepo, O. I., & Abimbola, O. S. (2015). The Influence of Brand Image and Promotional Mix On Consumer Buying Decision - A Study of Beverage Consumers in Lagos State, Nigeria. *British Journal of Marketing Studies*, 3 (4), 97–109.
- Putra, D. N. W., & Mukaromah, W. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 22–33.
- Quoquab, F., Mohammad, J., & Sobri, A. M. M. (2021). Psychological engagement drives brand loyalty: evidence from Malaysian ecotourism destinations. *Journal of Product & Brand Management*, 30(1), 132–147. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2019-2558>
- Rahayu, S. (2022). The Effect Of Brand Image and Promotion On The Purchase Decision Of Tony Jack Jeans Product At DNA Store South Of Tangerang. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(1), 256–264. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i1.455>
- Rahmawaty, P. (2014). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 82–89. <https://doi.org/10.21831/jim.v11i2.11788>
- Rihayana, I. G., Salain, P. P. P., Rismawan, P. A. E., & Antari, N. K. M. (2022). The Influence of Brand Image, and Product Quality on Purchase Decision. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 4(6), 342–350. <https://doi.org/10.35409/IJBMER.2021.3345>
- Safitri, M. (2023). Pengaruh Persepsi Masyarakat, Motif Rasional, dan jaminan Keamanan Terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia KC Demang Palembang. *International Seminar on Social, Humanities, and Malay Islamic Civilization*, 9.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Bukalapak.com. In *Jurnal Manajemen Magister* (Vol. 03, Issue 01).
- Widjaja, Y. R., & Rahmat, F. D. J. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung*. 9(1), 71–95.
- Wijaya, I. G. N. S., Pratami, N. W. C. A. P., Muryatini, N. N., & Yasa, I. G. D. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM), Persepsi Risiko,*

Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. 11(1), 190–209.
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i01.p10>

Z, S., Suharyono, & Kumadji, S. (2016). Pengaruh Komunikasi Electronic Word Of Mouth terhadap Kepercayaan (Trust) dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Online Shopping Zafertech.Com). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3.

WEBSITE

Agustin, I. (2023). *Viral Video Temuan Ulat di Mie Gacoan selama 3 Hari Berturut-turut, Kualitas Turun atau Persaingan Bisnis?* Ayojakarta.Com. <https://www.ayojakarta.com/viral/768949094/viral-video-temuan-ulat-di-mie-gacoan-selama-3-hari-berturut-turut-kualitas-turun-atau-persaingan>

Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya. (2024). *Fenomena Viralnya Mie Gacoan Tasikmalaya.* Badan Pusat Statistik . <https://tasikmalayakota.bps.go.id/news/2024/01/30/238/fenomena-viralnya-mie-gacoan-tasikmalaya.html>

Detikjatim. (2023). *Asal-usul Mie Gacoan dan Hilangnya Nama Menu yang Menyeramkan.* Detik.Com. <https://www.detik.com/jatim/kuliner/d-6709841/asal-usul-mie-gacoan-dan-hilangnya-nama-menu-yang-menyeramkan>

Kusnandar, V. B. (2023). *Makanan dan Minuman Topang Sepertiga Industri Pengolahan Nasional pada 2022.* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/13/makanan-dan-minuman-topang-sepertiga-industri-pengolahan-nasional-pada-2022>

Machine Vision Indonesia. (2023). *Kinerja Industri Makanan di Indonesia Tahun 2023.* Machine Vision. <https://www.machinevision.global/post/kinerja-industri-makanan-di-indonesia-tahun-2023>

Mie Gacoan. (2024). *Web Mie Gacoan.* Mie Gacoan. <https://miegacoan.com/>

Purwanto, A. (2023). *Potret, Tantangan, dan Kebijakan Pengembangan Industri Makanan dan Minuman.* Kompaspedia. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/potret-tantangan-dan-kebijakan-pengembangan-industri-makanan-dan-minuman>