

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R. and Febrina, D. (2018) 'Motif Melakukan Electronic Word of Mouth oleh Konsumen', *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), pp. 1–13. doi: 10.35814/coverage.v8i2.585.
- Amelia, R. and Hidayatullah, S. (2020) 'The Effect of Instagram Engagement to Purchase Intention and Consumers' Luxury Value Perception as the mediator in the Skylounge Restaurant', *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(4), pp. 958–966.
- Ananta, G. W. (2017) Faktor-Faktor Penyebab Anak Putus Sekolah Dari Mi Mathla'ul Anwar Kota Jawa Kecamatan Way Khilau Kabupaten Pesawaran. Skripsi. UIN Raden Intan Lampung.
- Andriani, R. and Fatimah, R. (2018) 'Strategi *Experiential marketing* Sebagai Metode Pendekatan Dalam Meningkatkan Revisit Intention Wisatawan Sabda Alam Garut', *Jurnal Kajian Ilmiah*, 18(3), pp. 206–214.
- Aprilya, T. (2017) 'Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer di Samarinda', *eJournal Ilmu Komunikasi*, 5(1), pp. 13–23.
- Arumsari, R. Y. and Agung, L. (2019) *Constructing Deliciousness Through Instagram: The Aesthetics Of Foodstagram*, Bandung Creative Movement. Telkom University.
- cdn.wisata.app (2022) Pintu Masuk Seroja Bake di Cihapit Bandung. Available at: [https://cdn.wisata.app/diary/1bd79098-3c1b-4cac-bd44-c91b6405d00f\\_sm.jpg](https://cdn.wisata.app/diary/1bd79098-3c1b-4cac-bd44-c91b6405d00f_sm.jpg) (Accessed: 6 June 2023).
- DeVito, J. A. (2016) *The Interpersonal Communication Book*. 14th edn. England: Pearson Education Limited.
- Dimiyati, M. (2014) 'Peranan *Experiential marketing* dan Kepuasan Pasien Dalam Menciptakan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Fatimah Banyuwangi', *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 13(2), pp. 14–31.
- Fathia, A. (2020) *Foodstagram Sebagai Hiperrealitas Pada Kalangan Foodies Di Instagram*. Universitas Islam Negeri.

- Firmansyah, M. A. (2020) Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: Qiara Media.
- Ha, A. (2015) A Quantitative Survey: Instagram Marketing Techniques and Their Effectiveness. California.
- Hermawan, H., Ramadhan, R. A. and Syahriramdani, M. (2021) 'Pengaruh Electronic Word Of Mouth (*e-WoM*) Di Instagram Terhadap Purchase Intention Pada Restoran Richeese Factory', *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 18(1), pp. 65–76.
- Hu, Y., Manikonda, L. and Kambhampati, S. (2014) 'What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content And User Types', *Proceedings of the international AAAI conference on web and sosial media*, 8(1), pp. 595–598.
- Huete-Alcocer, N. (2017) 'A literature review of word of mouth and electronic word of mouth: Implications for consumer behavior', *Frontiers in Physiology*, 8(JUL), pp. 1–4. doi: 10.3389/fpsyg.2017.01256.
- I Gusti, N. S. W. et al. (2022) 'Pengaruh Electronic Word Of Mouth (*E-WoM*), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia', *E-Jurnal Manajemen*, 11(1), pp. 107–15.
- Jones, R. G. (2013) *Communication in the Real World: An Introduction to Communication Studies*. Boston: Flat World Knowledge.
- Karyaningsih, R. R. P. D. (2018) *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Kemp, S. (2022) *DIGITAL 2022: INDONESIA, DATAREPORTAL*. Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> (Accessed: 19 March 2023).
- Kenrianto, I. (2016) *Bisnis Daring Revolution*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Khan, S. A., Hussin, S. R. and Hamid, A. B. (2018) 'Direction for Future Research in *e-WoM*: Issues of Credibility, Format and Impact', *International Journal of Economic Research*, 15, pp. 329–341.
- Kotler, Kartajaya, H. D. and Huan, H. . (2017) *Marketing For Competitiveness Asia Yang Mendunia Pada Era Konsumen Digital*. Sleman: Bentang.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2012) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014) *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

- Makvandi, R. and Farzin, M. (2022) 'Applying qualitative approach to identify the characteristics of effective messages in *e-WoM* communications', *Management Matters*, 19(1), pp. 1–12. doi: 10.1108/manm-01-2022-0009.
- Moleong, L. J. (2015) *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, S., Mitchell, N. and Wells, W. (2015) *Advertising & IMC Principles and Practice*. 10th edn. Boston: Pearson Education Limited.
- Morissan (2013) *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Morissan (2015) *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mufiddah, A. (2019) *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Owner Daring Shop By\_kk)*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Nasrullah, R. (2016) *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Needles, A. and Thompson, G. M. (2013) *Sosial Media Use in the Restaurant Industry: A Work in Progress*. New York.
- Nguyen, T. T. and Phan, H. T. T. (2021) 'Impact of COVID-19 Anxiety on Functional Foods Consuming Intention: Role of Electronic Word of Mouth', *HELIYON*, p. 108697. doi: 10.1016/j.heliyon.2022.e11344.
- Nurjaman, K. and Umam, K. (2012) *Komunikasi dan Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nyoko, A. E. L. and Semuel, A. D. D. (2021) 'PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (*e-WoM*) DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN', *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(1), pp. 63–76. doi: 10.35508/jom.v14i1.3857.
- Octania, G. and Wahid, U. (2019) 'Penerapan New Wave Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Brand Kopi Sona)', *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 3(2), pp. 105–116.
- Panuju, R. (2019) *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi*

- Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran. Jakarta: Prenamedia Group.
- Pasinringi, T. (2021) 'Nasi Goreng Viral dan Cerita Lama Objektifikasi Tubuh Perempuan', Magdalene. Available at: <https://magdalene.co/story/nasi-goreng-viral-dan-cerita-lama-objektifikasi-tubuh-perempuan/>.
- Patria, R. (2021) 5 Fitur Instagram Terbaru Untuk Bisnis Daring, DomaiNesia.
- Phlanx.com (2023) Rate Engagement Seroja Bake. Available at: [phlanx.com/engagement-calculator](https://phlanx.com/engagement-calculator) (Accessed: 6 June 2023).
- Rachmawati, R. (2011) 'Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)', Jurnal Kompetensi Teknik, 2(2), pp. 143–150.
- Ramdhan, M. (2021) Metode Penelitian. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Rayinda, M. A. and Irwansyah (2019) 'Pengaruh User Generated Content Terhadap Perilaku Para Foodie Pengguna Media Sosial', Jurnal Komunikasi dan Kajian Media, 3(2), pp. 116–127.
- Rozalena, A. (2020) Komunikasi Bisnis - Konsep dan Praktik. Yogyakarta: ANDI.
- Sari, A. A. and Azizah, N. (2021) 'Pengaruh Indikator Electronic Word Of Mouth (*E-WoM*) Terhadap Buying Decision Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Shopee Di Kota Surabaya)', JABEISTIK : Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politik, 1(1), pp. 107–117.
- Shifa, L. N. (2021) Strategi Electronic Word Of Mouth (*E-WoM*) Dalam Bisnis Daring Di Kota Palangka Raya. Skripsi. IAIN Palangka Raya.
- Singh, C., Abraham, A. and Pandey, A. (2019) Visual Sosial Marketing: A shift from read to view. Uttar Pradesh: BPB Publications.
- Slade, E. et al. (2017) Electronic word of mouth (*e-WoM*) in the marketing context: A state of the art analysis and future directions. Cham: Springer International Publishing.
- Soemantri, K. (2018) 'Warung SCI Prihpun Manow: Salah Satu Restoran Asia Terlezat di Ibukota', Feastin. Available at: <https://www.feastin.id/eating-out/warung-sci-prihpun-manow-salah-satu-restoran-asia-terlezat-di-ibukota>.

Sugiyono (2022) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 2nd edn. Bandung: Alfabeta.

Todorova, G. (2015) 'Marketing Communication Mix', *Trakia Journal of Sciences*, 13(1), pp. 368–374. doi: 10.15547/tjs.2015.s.01.063.

Umaya, S. (2023) 'Seroja Bake: Bakery Lokal dengan Pendekatan Kontemporer di Kota Kembang', *Feastin*. Available at: <https://www.feastin.id/table-talk/Seroja-bake-bakery-lokal-dengan-pendekatan-kontemporer-di-kota-kembang>.

Untari, D. and Fajariana, D. E. (2018) 'Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur\_Batik)', *Widya Cipta*, 2(2), pp. 271–278.

Utami, C. D. and Wahyuni, A. (2022) 'Implementasi *Experiential marketing* dan Instagram Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Sejahtera Hati Warung Kopi Madiun', *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), pp. 23–42.

Wisata.app.com (2022) Foto Tampak Depan Seroja Bake. Available at: <https://wisata.app/diary/Seroja-bake-bandung> (Accessed: 6 June 2023).

Youtube.com (2023) Beberapa Video Terkait Seroja Bake. Available at: [https://www.youtube.com/results?search\\_query=Seroja+bake+bandung](https://www.youtube.com/results?search_query=Seroja+bake+bandung) (Accessed: 6 June 2023).