

REFERENCES

- Abin Muhamad Farhan, A. R. (2023). The Effect of Social Media Advertising on Purchase Intention (Study on Students of SD/MI equivalent in City of Bandung/Cimahi). *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, Vol. 4, No. 3, February 2023, 345.
- ANGRIANI, A. (2018). *PENGARUH VARIAN MENU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CATERING UKHUWAH DI MAKASSAR*. Makassar: UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR.
- Catarina Jorge Fonseca Anjos, S. H. (January 2022). The Impact of Instagram Influencer Marketing in the Restaurant Industry. *International Journal of Service Science Management Engineering and Technology* 13(1):1-20, 2.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. Jawa Barat: Guepedia.
- DEWI, N. L. (2021). *HUBUNGAN VARIASI MENU DENGAN TINGKAT KEPUASAN PASIEN PADA PENYELENGGARAAN MAKANAN DI RUMAH SAKIT*. Denpasar: Poltekkes Kemenkes Denpasar.
- ELVIRA, N. (2022). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER UMKM*. Medan: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI.

- Febriyani Eka Supriatin, I. M. (2022). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Makassar: Cendekia Publisher.
- Felinda Frika Astuti, H. W. (2019). PENGARUH VARIASI MENU DAN CITA RASA, PERSEPSI HARGA, KEBERSIHAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN DUTA MINANG JL. BRIGJEN KATAMSO. *Manajemen Dewantara Vol 3, No 1 (2019) : Hal 151-160*, 152.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2019). *Regresi Linear: Tutorial SPSS Lengkap*. Sukabumi: Skripsi Bisa.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hutagalung, K. A. (2022). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP UMA (Studi Kasus Konten Tagar Racun TikTok)*. Medan: UNIVERSITAS MEDAN AREA.
- Ismail, R. W. (2020). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Respon Konsumen Melalui Ekuitas Merek (Studi Kasus Pada Konsumen Pengunjung Media Sosial Instagram Picnic)*. Bandung: Elibrary UNIKOM.
- Jaya, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. (Teori, Penerapan, dan Riset Nyata)*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Jonathan, V. (2021). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM), Diferensiasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aksesoris Mobil Bermaterial Fiberglass pada Aplikasi Bukalapak*. Jakarta: Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Lininati, E. (August 2019). Pengaruh Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Food Court. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN/Volume 02/No.2/Maret - 2018 : 97-102, 98.*

Priyastama, R. (2020). *The Book of SPSS Pengolahan & Analisis Data*. Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA.

Putra, C. I. (2022). *ANALISIS VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN COFE NDALME SIMBAH GONDANG NGANJUK*. Kediri: UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI.

Riadi, M. (2023, February 10). *Electronic Word of Mouth (eWOM)*. Diambil kembali dari Kajianpustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2023/02/electronic-word-of-mouth-ewom.html>

Rosita, V. (2021). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Website terhadap Minat Beli di Shopee pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*. Kudus: Institut Agama Islam Negeri Kudus.

Saradha Kirana, P. N. (2023). Peran Social Media Marketing dan Marketing Mix Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Corkcicle Melalui

Brand Image. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, Volume 25 No 1 Januari 2023, 55.

Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syafri Naldi, E. M. (April 2022). Hospitality and tourism innovation: a systematic literature review. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)* 14(2):94-109, 95.

The Global Statistic. (2023). *Indonesia Social Media Statistics 2023 | Most Popular Platforms*. Diambil kembali dari The Global Statistic The Data Expert: https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-social-media-statistics/#google_vignette

Utami, W. S. (2020). *The Master Book of SPSS Pintar Mengolah Data Statistik untuk Segala Keperluan Secara Otodidak*. Yogyakarta : ANAK HEBAT INDONESIA.

Wenas, V. V. (2018). *PENGARUH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI METODE PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI (STUDI KASUS INSTAGRAM @ASTEPBISTRO)*. Malang: Universitas Brawijaya.