

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. “Kampung Inggris Pare: Ribuan Pelajar Serbu Desa Bahasa Di Kediri Jawa Timur.” *Beritajatim2025*, n.d. https://postingananda.beritajatim.id/kampung-inggris-pare-ribuan-pelajar-serbu-desa-bahasa-di-kediri-jawa-timur/#google_vignette.
- Andedari, Lintang, Ratih Novi Listyawati, and dkk. “Evaluasi Kawasan Eduwisata Kampung Inggris Pare Menurut Pengunjung Di Kabupaten Kediri.” *Jurnal Plano Buana* 4, no. 1 (2023): 35–44. https://jurnal.unipasby.ac.id/jurnal_plano_buana/article/view/7610/5063.
- Andrian, Christophorus Indra Wahyu Putra, and dkk. *Perilaku Konsumen*. Edited by Iye Risman. Malang: Penerbit Rena Cipta Mandiri, 2022.
- Aprilia, Lis, Yolanda Presiana Desi, and Sigit Purnomo. “Pengaruh Konten Review Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mobil Listrik (Studi Kuantitatif Pada Channel Youtube Fitra Eri, Ridwan Hanif, Dan Oto Driver).” *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi* 7, no. 1 (2023): 41–56. <https://doi.org/10.56873/jimik.v7i1.258>.
- Ardi, Nirvani. “Peran Strategi Pemasaran Word Of Mouth (WOM) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk (Studi Padaardyan Batik Di Desa Maron).” IAIN KEDIRI, 2024. <https://etheses.iainkediri.ac.id/15207/>.
- Budiananda, Raffi. “Trategi Promosi Word Of Mouth(WOM) Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Produk Kendaraan Bermotor Barokah(Studi Kasus Baitul Maal Wat Tamwil Ugt Sidogiri Cabang Kediri).” IAIN KEDIRI, 2024. <https://etheses.iainkediri.ac.id:80/id/eprint/11431>.
- Budiyarsih, Fuad Yanuar Akhmad Rifai, and Purwanto. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Usaha Mahasiswa Prespektif Maqosid Syariah.” *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 3, no. 4 (2023): 501–8. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.717>.
- Citra Wijaya, Katterina Pangestu, Virda Aulia, Sofia Haq, Faisyah Fahira, and Syalsya Frida Kusanadi. “Literature Review: Efektivitas Electronic Word of Mouth (e-Wom) Dalam Mempengaruhi Minat Beli Produk Virda.” *Jurnal Ilmiah Feasible (Jif)* 6, no. 1 (2024): 1–6. <https://doi.org/10.32493/fb.v6i1.2024.1-6.35428>.
- Darsana, I Made dkk. *Strategi Pemasaran*. Edited by Miko Andi Wardana. Bali: CV. Intelektual Manifes Media Jalan, 2023.
- Daswan, Lestari, Tri Desi Lestari, Fauzan, Markoni, and Hartini. *Pengaruh E-Wom Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui*. *Jurnal*

Manajemen Dan Kewirausahaan (JMK). Vol. 16, 2024.
<http://jmk.uho.ac.id/index.php/journal/index>.

Djakasaputra, Arifin, Alvin Refaldy, and Jimmy Chandra. “Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Bisnis Kuliner.” *Prima: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2023): 131–38.
<https://doi.org/10.55047/prima.v2i1.513>.

Donoriyanto, Dwi Sukma, Rus Indiyanto, Naniek Ratni Juliardi A. R., and Yuliatin Ali Syamsiah. “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Online Store Pada Pelaku UMKM Di Kota X.” *Jurnal Abdimas Peradaban* 4, no. 1 (2023): 41–49. <https://doi.org/10.54783/vw5kdw78>.

Fa’rijyah, Hidayatul dan Muhammad Wildan Fawaid. “Peran Strategi Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus UD Santoso Wedding Decoration And Event Production Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Kota Kota Kediri).” *Ekosiana: Jurnal Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2022): 90–103.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47077/ekosiana.v9i2.219>.

Fadhilah, and Galih Ginanjar Saputra. *Analisis Content Marketing, E-WOM, Dan Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial Tiktok*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.

———. “Pengaruh Content Marketing Dan E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z.” *Inovasi* 17, no. 3 (2021): 505–12.

Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA, 2018).

Gati, Raka Saliraning. *Jurus Ampuh Menjadi Konten Di Youtube, Instagram, Dan Tiktok Panduan Dari Nol Hingga Monetisasi*. Yogyakarta: DIVA Press, 2024.

Gruen, Thomas W., Talai Osmonbekov, and Andrew J. Czaplewski. “EWOM: The Impact of Customer-to-Customer Online Know-How Exchange on Customer Value and Loyalty.” *Journal of Business Research* 59, no. 4 (2006): 449–56.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.10.004>.

Hasanah, Hasyim. “Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial).” *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017): 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>.

Hennig-thurau, Thorsten, Vanessa Eifler, Thorsten Hennig-thurau, Kevin P Gwinner, and Dwayne D Gremler. “Electronic Word-Of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers To Articulate Themselves On The Internet?” 18, no. 1 (2004).

<https://doi.org/10.1002/dir.10073>.

Hennig-Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, and Dwayne D. Gremler. "Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?" *Journal of Interactive Marketing* 18, no. 1 (2004): 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>.

Huda, Nurul, Khamidah Hudhori, and dkk. *Pemasaran Syariah: Teori & Aplikasi*. I. Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2021.

Hutabarat, Siti Lutfia, Amanda Oktavia Sufa, and dkk. "Analisis Faktor Keberhasilan UMKM Ayam Geprek Dalam Menarik Konsumen Di Era Persaingan Bisnis: Studi Kasus Ayam Geprek Bu Novi." *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 18, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.46306/jbbe.v18i1>.

Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. *Marketing 5.0 Technology For Humanity*. European University Institute. Hoboken: John Wiley & Sons, 2021.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management 15th Ed. Pearson Practice Hall*. Vol. 2. Harlow: Pearson Education Limited, 2016.

Lathifah, Nur Afni, Agus Purnomo, and dkk. "Dinamika Pengelolaan Kampung Inggris Oleh Masyarakat Di Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 9, no. 2 (2020). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JISH/article/view/17645/16342>.

Maupa, Haris, Mahlia Muís, and Idris Munadi. *Marketing Syariah: Pendekatan Konsep Dan Teori Dalam Pemasaran Berbasis Islam*. Surabaya: Cv. Kanaka Media, 2023.

Mouwn Erland. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin, 2020.

Mualifah, Nurul, and Sri Roekminiati. "Pemberdayaan Masyarakat Kampung Inggris – Nurul Mualifah Dan Sri Roekminiati." *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial (JIMPKS)* 2, no. 1 (2018): 168–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jmnegara.v2i1.1069>.

Nasution, Abdul Fattah. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Meyniar Albina. Cetakan Pe. Vol. Bandung: CV.Harva Ctreative, 2023.

Nasution, Nurul Fadilah, Hendri Prasetya, and Abdul Khohar. "Peran Electronic Word of Mouth Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Produk Avoskin." *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi* 5, no. 3 (2024): 2345–55. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i3.900>.

- Pahleviannur, Muhammad Rizal, Anita De Grave, and dkk. *Metodolgi Penelitian Kualitatif*. Edited by Fatma Sukmawati. Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022.
- Pemerintah Kota Kediri. “Sentra Kuliner Di Kediri Dioptimalkan.” *AntaraJatim*, 2018.
- Prabowo, ARi. *Manajemen Pemasaran (Strategi Pemasaran Era Digital: Menguasai Tren Dan Teknologi Sebagai Konsep Baru Meningkatkan Penjualan)*. Edited by Bela Astuti. Sumatera Barat: PT. Serasi Media Teknologi, 2025.
https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Strategi_Pemasaran_E/iV5ZEQAQBAJ?hl=ban&gbpv=1&dq=perilaku+konsumen+di+era+digital&pg=PA23&printsec=frontcover.
- Putra, R Yuda Ferdianto, and Kezia Arum Sary. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Brand Experience (Pengalaman Merek) Terhadap Brand Trust (Kepercayaan Merek) CV HAK Creative Group.” *INNOVATIVE: Jurnal Of Social Science Research* 4, no. 2 (2024): 2174–86. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/9539/6639/15603>.
- Putri, Anggun Cynthia. *Optimalisasi Aktivitas Instagram Sebagai Alat Pemasaran Digital*. Edited by Nia Duniawati. Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2025.
- Putri, Gea Maharani Loika, and RinacSuthia Hayu. “The Influece of Affiliate Markerting Content, FYP Algorithm, and E-WOM on TikTok Social Media on Generation Z Purchasing Decisions (Study on Generation Z in Indonesia).” *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting* 7, no. 4 (2024): 10823–33.
- Putri, Miftah Komala, Elis Qurota Aýun, and dkk. “Analisis Faktor Keberhasilan UMKM Ayam Geprek Dalam Menarik Konsumen Di Era Digital.” *Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri* 11, no. 02 (2025).
<https://www.journal.stkipsubang.ac.id/index.php/didaktik/article/view/6479/4236>.
- Putro, Pera Wibowo, and Binti Nur Asiyah. “Strategi Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Sebagai Inovasi Dalam Digitalisasi Pemasaran Entrepreneur Syariah.” *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 1, no. 2 (2023): 169–87.
- Qodriyah, Marotul. “Eran Electronic Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2020).” IAIN KEDIRI, 2024.
<https://etheses.iainkediri.ac.id:80/id/eprint/11585>.
- Rahma, Zahara Zafria, Zahratun Nazywa Elna, and dkk. “Dari Tersembunyi Menjadi Terpendang: Strategi Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Hidden

Gem Lokal Sebagai Sumber Ekonomi Kreatif.” *Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora* 4, no. 3 (2025): 5252–58. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/jiab/article/view/12718>.

Rahman, Sofyan Fathur, Ahmad Yasin, and dkk. “The Influence of Instagram and Tiktok on E-Commerce Purchase Decisions: Consumer Behavior Analysis Using SEM-PLS.” *JISS (Jurnal Indonesia Sosial Sins)* 6, no. 8 (2025). <https://doi.org/https://doi.org/10.59141/jiss.v6i8.1829>.

Rita, R. dkk. “Electronic Word of Mouth (e-WOM) Foursquare: The New Social Media.” *Binus Business Review* 4, no. 2 (2013): 711–24. <https://doi.org/10.21512/bbr.v4i2.1385>.

Santoso, Ade Budi. *Modul Ajar Content Creator*. Tangerang: BSI: Bina Sarana Informatika Universitas Bina Sarana Informatika, 2025.

Sari, Indah dkk. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Online Constumer Review (OCR) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee.” *Solusi: Jurnal of Solusi* 20, no. 2 (2022): 104–207. <https://doi.org/https://doi.org/10.26623/slsi.v20i2.5147>.

Senft, Theresa M. *Camgirls: Celebrity and Community in the Age of Social Networks*. New York: Peter Lang Publishing, 2008.

Setya, Watie Errika Dwi. “Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media).” *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2016): 69–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>.

Solomon, Michael R, and Russell Cristel Antonia. *Consumer Behavior, Buying, Having, and Being*. Fourteenth. Hoboken: Pearson Education, 2024.

Sualang, Glend M.C, Silvya L. Mandey, Imelda W. J. Og. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pda PT. Mandala Finance Tbk, Cabang Rathan.” *Jurnal EMBA UNSRAT* 11, no. 2 (2023): 335–44. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/48194/42707>.

Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Edited by Sutopo. Edisi kedua. Yogyakarta: ALFABETA BANDUNG, 2023.

Sulung, Undari . Mohamad MuspawI. “Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, Dan Tersier.” *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)* 5, no. 3 (2024). <https://doi.org/https://iicls.org/index.php/jer/article/view/238/195>.

Taufiqurrahman, Febri, and sumadi. “Labelisasi Dan Digitalisasi Sobat UMKM Kediri Sebagai Media Promosi Dan Upaya Meningkatkan Penjualan Produk

UMKM Di Kota Kediri.” *PKM Ilmu Pendidikan* 6 (2023).
https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/dedikasi/article/view/11329/7111?__cf_chl_tk=oVLJkyq4KYjbfedWyHIyJHPFcP3sM8KLSz11IOw_0mo-1767522569-1.0.1.1-8EAKR1okH1VGfRoZT8YUFAjaa9FdqQift.B_ksBleT4.

Utomo, Sulistyو Budi, Andriya Risdwiyanto, and dkk. *Pemasaran Digital: Strategi Dan Taktik*. Jakarta Barat: PT.Sanskara Karya Internasional, 2024.

Wardana, Aditya. *Seni Pemasaran Kontemporer*. Edited by Acai Sudirman. Bandung: CV.Media Sains Indonesia, 2022.

Wibowo, Hendri Sastya dkk. *Teknologi Digital Di Era Modern*. Edited by Diana Purnama Sari. Sumatera Barat: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022, 2022.
<https://repository.bsi.ac.id/repo/files/355053/download/Buku---Teknologi-Digital-Di-Era-Modern.pdf>.

Wijaya, I Gusti Ngurah Satria, Ni Wayan Cahya Ayu Pratami, and dkk. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Persepsi Resiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia.” *E-Jurnal Manajemen* 11, no. 1 (2022): 190–209.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v11.i01.p10>.

Wulandari, Anna, and Heru Mulyanto. *Keputusan Pembelian Konsumen*. Edited by Fitri Rezeki. Bekasi: PT. Kimshafi Alung Cipta, 2024.