

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi ke-1. Diedit oleh Patta Rapanna. Makassar: Syakir Media Press, 2021.
- Adelina Ryanti, Pengaruh Dimensi Electronic Word of Mouth (*E-WOM*) terhadap Keputusan Pembelian pada Mobile Marketplace Shopee dalam Perspektif Ekonomi Islam (Kajian pada Masyarakat Pengguna Shopee di Kota Sabang) Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2019
- Adhi Kusumawati. *Metode Penelitian Kualitatif*. Diedit oleh S.E. Fitratun Annisyah. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019.
- Aini, Dewima Rima, dan Tri Sri Rahayu Astuti. “Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Rating Konsumen di Situs Female Daily terhadap Minat Beli Produk dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening.” *Diponegoro Journal of Management* 11, no. 1 (2022): 1–12.
- Aldiansyah, F., Dimas, dan M. B. Widagdo. “Pengaruh Persepsi Electronic Word of Mouth (*E-WOM*) pada Biaya Layanan dan Persepsi Pesan Voucher Diskon terhadap Minat Menggunakan Layanan GoFood.” *Interaksi Online* 13, no. 1 (2024): 1083–1093.
- Amalia Yunia Rahmawati. “Pengaruh Environmental Awareness dan Green Promotion terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Aqua di Kota Medan dengan Eco-Label sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Ilmiah* 8 (2020): 1–23.
- Armstrong, Gary, dan Philip Kotler. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I. Alih bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo, 2012.
- Boyke Setiawan Soeratin, Granit Agustina, Rudi Suprianto Ahmadi, Rakhmia Nalibratawati, dan Feby Febrian. “Model Strategi *E-WOM* terhadap Minat Beli Konsumen pada Batik FY Trusmi Cirebon.” *Jurnal E-Bis (Ekonomi dan Bisnis)* 6, no. 1 (2022): 141–152.
- Cheung, Christy M. K. dan Dimple R. Thadani, “The Impact of Electronic Word-of-Mouth Communication”, *Decision Support Systems*, 2012.

- Dwi, Irsa, Avira Wati, Rani Nabilahsari, Miftachul Janah, Novita Melynda Putri, Arifah Berlin Alamin, Hishnun Hashin, et al. "Optimalisasi SDM Gudeg 'Bu Anjar' untuk Melayani Permintaan Melalui Aplikasi Penghantaran Makanan." *Welfare: Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 4 (2024): 789–794.
- Ekowati, Sri. "Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli." *Jurnal IKRA-ITH Humaniora* 4, no. 3 (2020): 252–259.
- Goyette, Isabelle, Line Ricard, dan Jasmin Bergeron. "e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context." *Canadian Journal of Administrative Sciences* 23 (2010): 5–23.
- Guntara, M. Reza. *Pengaruh Karakteristik E-WOM terhadap Niat Pembelian Kembali Secara Online*. Skripsi, Universitas Lampung, 2021.
- Hariono, Lavenia. "Apakah E-WOM (Electronic Word of Mouth) Bisa Mengalahkan WOM dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner." *Competence: Journal of Management Studies* 12, no. 1 (2019).
- Hennig-Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, dan 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.
- Herlinda, Devi, Putri Wulandari, Titi Alayda Marta, dan Hendra Riofita. "Inovasi Produk dan Daya Tarik Konsumen: Studi Kasus pada Industri Pemasaran." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 1, no. 2 (2023): 211–221.
- Idris, Fahmi. "Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia." *Syntax Idea* (2022): 131.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. Edisi ke-19 (Global Edition). Harlow: Pearson Education Limited, 2024.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. Edisi ke-15. Harlow: Pearson Education Limited, 2016.

- Kozinets, Robert V., Kristine De Valck, Andrea C. Wojnicki, and Sarah J.S. Wilner. "Networked Narratives: Understanding Word-of-Mouth Marketing in *Online Communities*." *Journal of Marketing* 74, no. 2 (2010): 71–89.
- Kozinets, Robert V. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE Publications, 2019.
- Kristanto, Yudi, Ririn Uke Saraswati, dan Satim Hamid. "Strategi Electronic Word of Mouth." *Jurnal Minfo Polgan* 13, no. 1 (2024): 428–435.
- Leksono, Sonny. "Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi Dari Metodologi Ke Metode." *Penelitian kualitatif ilmu ekonomi dari metodologi ke metode* (2013): 181–213.
- Mardiana, Siska. "Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk Perilaku Konsumen." *Jurnal Komunikasi* 2, no. 2 (2013): 40–46.
- Muhammad Reza Pahlevi, and Aminah Swarnawati. "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pada PT Albis Nusa Wisata Di Jakarta." *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 2, no. 4 (2024): 294–306.
- Mustika Via Baharsah, and Munawaroh Munawaroh. "Analisis Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Modern." *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 4, no. 1 (2025): 123–135.
- Nur febianti, Adiesty, Inara Hilmi Arifah, Muhammad Nur Maulana, and Ramayani Yusuf. "Pengaruh *E-WOM* Dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Tiktokshop." *Journal of Accounting, Management, Economics, and Business (ANALYSIS)* 2, no. 1 (2024): 96–105.
- Nur, Latifah. "Pengaruh electronic Word of Mouth Pada Minat beli Pelanggan Di Situssocial Commercemedi Sosial Instagram." *Journal Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 4 (2020): 12.
- Philip, Kotler. *Marketing Management*. 15 ed. Pearson Education Limited, 2016.
- Prayustika, Putu Adriani. "Kajian Literatur: Manakah Yang Lebih Efektif?

- Traditional Word of Mouth Atau Electronic Word of Mouth.” *Jurnal Matrix* 6, no. 3 (2016): 168–173.
- Putri, Maria Ayu, Suryadi Wardiana, dan Sello Satrio. “Proses Strategi Komunikasi Pemasaran Word of Mouth dan Media Promosi pada PT Talaga Mulya Indah.” *COMPEDIART* 1, no. 2 (2024): 53–62.
- Rahayu, Heffi Christya. “Strategi Pemasaran Yang Mendorong Keberhasilan Usaha Baru (Studi Kasus Pada Usaha-Usaha Disekitar Universitas Pasir Pengaraian) Heffi.” *Bisnis Dan Ekonomi* 13 (2015): 171–79.
- Rara Puspita Kresyanto, Nadhifah, and Yudha Febri Al Paksi. “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram (Studi Deskriptif Instagram @goalsbeautybar.Id) Article History.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 4 (2023): 330–336.
- Ritonga, Wier. *Pemasaran*. Diedit oleh Yoseph Benny Kusuma. Surabaya: PT Muara Karya, 2020.
- Saputra, Galih Ginanjar. “Pengaruh content marketing dan *e-wom* pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z” 17, no. 3 (2021): 505–12.
- Sardiyo, and Martini Martini. “Globalization and Its Impact On Economic Growth.” *Ekulibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* 14, no. 2 (2019):
- Shafira, Thata, and Tika Mutia. “Fenomena Electronic Word-of-Mouth (*E-WOM*) Bisnis Kuliner Menggunakan Instagram Oleh Food Blogger Pekanbaru.” *Komunikasiana: Journal of Communication Studies* 3, no. 1 (2021): 65.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi ke-19. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Jatmiko, et al. “Komunikasi Pemasaran sebagai Strategi Memperluas Pasar.” *Jurnal Komunikologi* 9, no. 2 (2012): 89–98.
- Usrina, Nora. “Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur’an Ar-Risalah.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2021): 1689–1699.

- Wildalini, Nadhira. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) di Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen pada 8 Oz Coffee Studio*. Skripsi, Universitas Brawijaya, 2019.
- Yulindasari, Elsa Rizki. “Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee.” *Islamic Economics and Finance Studies* 3, no. 1 (2022): 55–69.
- Zuhri, Ahmad Syarifudin. *The Effect of “Kulinerjogja” Instagram Account to Interest in Buying Consumers*. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2019.

Lampiran 1

SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYEKH WASIL
KEDIRI

Jalan Sunan Ampel No.7 Ngronggo Kota Kediri Jawa Timur 64127
 Telepon (0354) 689282; Website: www.iainkediri.ac.id

Nomor : B- /In.36/D1.1/PP.00.01.03/ /2025 Kediri, 12 Desember 2025
 Lamp. : 1 (satu) berkas
 Hal : **MOHON IZIN RISET/PENELITIAN**

Kepada Yth.

Pemilik usaha Gudeg “Bu Anjar” Kecamatan Ngasem, Kota Kediri Di
 Tempat

Assalamu’alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat kami beritahukan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

N a m a : Vikry Dwi Putra
 Nomor Induk : 22103061
 Semester : Ganjil
 Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Tahun Akademik : 2025/2026

Dalam rangka menyelesaikan studi dan menyusun skripsinya perlu melakukan penelitian lapangan. Untuk itu kami mohon agar mahasiswa yang bersangkutan diberi izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di wilayah/lembaga yang menjadi wewenang Bapak/Ibu, dalam bidang-bidang yang terkait dengan judul Skripsinya, yaitu :

Strategi e-WOM Gudeg “Bu Anjar” Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen

Mahasiswa yang melaksanakan riset/penelitian, berkewajiban mentaati semua peraturan yang berlaku di lembaga/instansi tempat penelitiannya.

Demikian, atas perkenan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

WAKIL DEKAN BIDANG AKADEMIK,
 KEMAHASISWAAN, KELEMBAGAAN
 DAN KERJASAMA



ROBINGATUN

TEMBUSAN disampaikan kepada :

1. Yang Bersangkutan
2. Pertinggal

Lampiran 2

LEMBAR KONSULTASI



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
(U I N) SYEKH WASIL KEDIRI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

Alamat : Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kediri (Kode Pos) 64127 ☎Telp. (0354) 689282 - Fax. (0354) 686564

DAFTAR KONSULTASI PENYELESAIAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Vikry Dwi Putra
 Nomor Induk Mahasiswa : 22103061
 Fakultas / Jurusan : Ushuluddin dan Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Semester / Tahun Akademik : 7 / 2025/2026
 Judul Skripsi : Strategi *e-WOM* gudeg “Bu Anjar” Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen

NO.	TANGGAL KONSULTASI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
1.	5 November 2025	Seminar Proposal	
2.	10 November 2025	Mengumpulkan draft proposal bab 1-3	
3.	22 November 2025	Bimbingan bersama	
4.	18 Desember 2025	Mengumpulkan draft proposal bab 4-6	
5.	18 Desember 2025	ACC Skripsi	

Catatan: Penyusunan skripsi harus merujuk pada buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Kediri

Kediri, 30 Desember 2025
DOSEN PEMBIMBING I

Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si
 NIP. 198010142009122002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
(UIN) SYEKH WASIL KEDIRI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

Alamat : Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kediri (Kode Pos) 64127 ☎Telp. (0354) 689282 - Fax. (0354) 686564

DAFTAR KONSULTASI PENYELESAIAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Vikry Dwi Putra
 Nomor Induk Mahasiswa : 22103061
 Fakultas / Jurusan : Ushuluddin dan Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Semester / Tahun Akademik : 7 / 2025/2026
 Judul Skripsi : Strategi *e-WOM* gudeg “Bu Anjar” Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen

NO.	TANGGAL KONSULTASI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
1.	5 November 2025	Revisi proposal skripsi	
2.	7 November 2025	ACC bab 1-3	
3.	12 Desember 2025	Revisi bab 1-4	
4.	18 Desember 2025	Mengumpulkan draft proposal bab 1-6	
5.	18 Desember 2025	ACC Skripsi	

Catatan: Penyusunan skripsi harus merujuk pada buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Kediri

Kediri, 30 Desember 2025

DOSEN PEMBIMBING II

Fairizal Rahman, M.IKom
NIP: 1990111820220310002

Lampiran 4

PEDOMAN WAWANCARA**A. Pertanyaan konsumen**

1. Siapakah nama anda?
2. Asal dari mana?
3. Tahu gudeg ‘Bu Anjar’ dari mana?
4. Apa yang membuat konsumen memutuskan untuk membeli gudeg “Bu Anjar”?
5. Apakah rating dari gudeg “Bu Anjar” dapat dikatakan baik sehingga membuat konsumen tertarik untuk mencobanya?
6. Apa yang diharapkan dari konsumen terkait rating dari gudeg “Bu Anjar”?
7. Apakah sebelum membeli konsumen memeriksa review dari konsumen lain?
8. Menurut pendapat konsumen apakah sesuai dengan ekspektasi terkait tempat, pelayanan sehingga berdampak positif?
9. Apakah setelah mencoba gudeg “Bu Anjar” konsumen akan merekomendasikan ke teman-temannya?

B. Pertanyaan pendiri gudeg “Bu Anjar”

1. Siapakah nama anda?
2. Kapan dan bagaimana sejarah berdirinya gudeg “Bu Anjar”?
3. Siapa sajakah yang menjadi target konsumen utama dalam gudeg “Bu Anjar”?
4. Jelaskan perkembangan gudeg bu anjar dari 2019-2025 dalam hal meningkatkan daya tarik konsumen?

5. Bagaimana upaya yang dilakukan gudeg “Bu Anjar” dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis saat ini?

C. Pertanyaan pemilik gudeg “Bu Anjar”

1. Siapakah nama anda?
2. Apakah gudeg “Bu Anjar” aman untuk dikonsumsi untuk segala kalangan usia?
3. Apakah penentuan harga sudah pas dan tepat sesuai dengan kualitas produk serta menghasilkan keuntungan?
4. Apa sajakah usaha yang dilakukan gudeg “Bu Anjar” dalam meningkatkan penjualan?
5. Selama berjualan kurang lebih 6 tahun, *event* apa sajakah yang telah diikuti oleh gudeg bu anjar?

D. Pertanyaan pengelola pemasaran gudeg “Bu Anjar”

1. Siapakah nama anda?
2. Bagaimana pelaksanaan *e-WOM* dari gudeg bu anjar dalam meningkatkan daya tarik konsumen ?
3. Apa sajakah faktor yang mendukung dan menghambat dari strategi *e-WOM* dalam meningkatkan daya tarik konsumen?
4. Promosi apa sajakah yang biasanya terdapat dalam gudeg “Bu Anjar”?
5. Apakah gudeg “Bu Anjar” sendiri memiliki hubungan dengan perusahaan?

E. Karyawan gudeg “Bu Anjar”

1. Siapakah nama anda?
2. Bagaimana pelayanan yang anda lakukan terhadap konsumen yang membeli gudeg “Bu Anjar”?
3. Apakah anda selalu mengingatkan konsumen untuk memberikan rating setiap melakukan pembelian?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama VIKRY DWI PUTRA. Lahir di Jakarta pada 30 Agustus 2004. Tempat tinggal sekarang berada di RT/RW 03/011 Desa Satria Jaya Kecamatan Tambun Utara Kabupaten Bekasi. Riwayat pendidikan peneliti di Taman Kanak-kanak (TK) Al-Kautsar 2009-2010. Sekolah Dasar Negeri Satria Jaya 03 pada 2010-2016. Kemudian melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 04 Tambun Utara. Pada 2016-2018. Setelah itu melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri 07 Tambun Selatan jurusan Ilmu Pengetahuan Alam pada 2018-2021. Kemudian tahun 2022 peneliti melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri dan lulus pada tahun 2026.