

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, R dan Indiani, F. 2017. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Citra Merek dan Minat Beli pada Produk Kosmetik Wardah*. Diponegoro Jurnal Of Management. 06 (04). 1-14. 27-01-2023.
- Agatha, C et. al. 2019. *Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame di Manado*. Jurnal EMBA. 07 (01). 131-140. 27-01-2023.
- Ahdiat, A. 2022. 10 E-Commece dengan pengunjung Terbanyak Kuartal II 2022. Tersedia <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-ii-2022>. 18-06-2023.
- Bakti, U., et al. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Harga terhadap Minat Beli pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung*. Jurnal Ekonomi. 22 (01) 101-118. 01-06-2023.
- Barhemmati, N., dan Ahmad, A. 2015. *Effect Of Social Network Marketing (SNM) on consumer Purchase Behavior Through Customer Engagement*. Journal Of Advanced Management Science. 3 (4).
- Barreda, A. A., Bilgihan, A., & Okumus, F. 2016. *Understanding customer experiences with online booking platforms: Effect of perceived risk on customers' disposition to use and recommend sharing economy services*. Internasional Journal of Contemporary Hospitality Management. 17-06-2023.
- Bawono, T. K. P dan Subagio, H. 2020. *Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust sebagai Variabel Mediasi pada Instagram Adidas Indonesia di Surabaya*. Jurnal Strategi Pemasaran. 07 (01).
- Chaffey, D., dan Ellis-Chadwick, F. 2019. *Digital Marketing: Strategy Implementation and practice*. Pearson UK.
- Deiss, R. 2016. *Digital Marketing for dummies*. John Willey dan Sons.
- Faradiba dan Astuti, S. R. T. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*. Diponegoro Journal Of Management. 02(03). 2337-3792. 27-01-2023.
- Hendarsyah, D. 2019. *E-Commerce di Era Industri 4.0 dan Society 5.0*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita. 8(2). 171-184. 25-01-2023.
- Indriarto, F. 2015. *Worry Marketing*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Ismagilova, E et al. 2017. *Electronic Word Of Mouth (Ewom) in the Marketing Context*.UK: SpringerBriefs in Business.
- Japarianto, E dan Adelia, S. 2020. *Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Intervening Variable pada E-Commerce Shopee*. Jurnal Manajemen Pemasaran. 14(01). 35-42. 31-01-2023.
- Jati, W. 2017. *Pengaruhh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen*. Jurnal Pemasaran Kompetitif. 01(01) 127-138. 16-06-2023.
- Khoziyah, S dan Lubis, E. E. 2021. *Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram*. Jurnal Ilmu Komunikasi. 10(01). 39-50. 25-01-2023.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Manajement*. Pearson.
- Kurniawan, G. 2020. *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui E-Commerce*. Mitra Absatya.
- Kurniawan, I. B. et. al. 2021. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Mahasiswa saat Pandemi Covid-19 di Bali*. Jurnal Ilmu Manajemen. 22(01). 15-38. 01-01-2023.
- Laskmi, A. A dan Oktafani, F. 2016. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (ewom) terhadap minat beli followers Instagram Pada warunk Upnormal*. Jurnal Computech & Bisnis. 10 (2). 78-88.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. 2021. *Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang*. Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran dan SDM. 02(03). 01-06-2023.
- Mahendrayasa, A, C. 2014. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis. 12 (01). 1-7. 01-02-2023.
- Muhfizar, et. Al.2021. *Pengantar Manajemen*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Muslihah, F. 2018. *Pengaruh Social Media Marketing Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion dalam perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi pada Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam UIN RI Lampung. Tidak diterbitkan.
- Muharam, A. N., et al. 2021. *Pengaruh Sosial Media Instagram Terhadap Mina Beli Produk Boci Baso Aci*. Jurnal Manajemen Pemasaran. 07(04). 16-06-2023.
- Mulyono. 2019. Analisis Regresi Sederhana. BINUS Management. <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/>
- Nasution, A. A dan Sutejo, B. S. 2022. *Manajemen Pemasaran*. PT Inovasi Pratama Internasional: Padang.

- Obar, J. A & Wildman, S. 2015. *Social Media Definition and the governance challenge: An Introduction to the special Issue*. Telecommunication Policy. 39(9). 745-750.
- Pahlevi, dan Reza. 2022. *Waktu Orang Indonesia Mengakses Aplikasi Belanja Online Meningkat Drastis di 2021*. Tersedia <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/19/waktu-orang-indonesia-mengakses-aplikasi-belanja-online-meningkat-drastis-di-2021.01-02-2023>.
- Ratana, M. 2018. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek*. 22(01). 13-28. 04-02-2023.
- Romindo. et. al. 2019. *E-Commerce*. :Yayasan Kita Menulis.
- Ruyatnasih, Y dan Megawati, L. 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV. Absolute Media.
- Sudarsono, H. 2020. *Manajemen Pemasaran*. CV Pustaka Abadi: Jember Jawa Timur
- Saputra, D. H. 2020. *Digital Marketing*. Yayasan Kita Menulis
- Susilowati. et. al. 2021. *Penyuluhan tentang Pemanfaatan Media Digital Marketing dalam penyampaian Informasi sebagai Wujud Pelayanan Prima pada Anggota Yayasan Pundi Rakyat Jakarta Pusat*. Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia. 01(02). 379-388. 26-01-2023.
- Sutama, D. R. 2018. *Pengaruh Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Sain Manajemen dan Akuntansi. 05(01). 21-39. 14-07-2023.
- Terry, G. R dan Rue, L. W. 2019. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pretama, I. F. dan Nirawat, L. 2021. *Analisis Pengaruh Social Network Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Revolusi Indonesia. 1(05). 2774-5325.
- Priansa, D, P. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Purbohastuti, A. W dan Hidayah, A. A. 2020. *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorse*. 04(01). 37-46. 03-02-2023.
- Putra, R. B. E. H. 2019. *Pengaruh Karakteristik EWOM Terhadap Niat Membeli Ulang secara Online: Peran Kepercayaan dan Perceived Usefulness pada Situs Bukalapak.com*. E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta. 01(17). 8-21. 16-06-2023.
- Putri, C. S. 2016. *Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembeliann Konsumen Cherie melalui Minat Beli*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. 01(05). 594-603. 31-01-202.

- Sari, N., et al. 2017. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Bukalapak.com*. Jurnal Manajemen Magister. 03(01).96-106. 16-06-2023.
- Sari, V M. 2012. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) di Social Media Twitter terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Universitas Indonesia. Tidak diterbitkan.
- Sinaga, B A dan Sulistiono. 2020. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli pada Produk Fashion Eiger*. Jurnal Ilmiah Manajemen. 03(02). 79-94.06-02-2023.
- Susilawati, H. 2017. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung di Sindu Kusuma Edupark*. Jurnal Khasanah Ilmu. 08 (02). 32-38. 27-01-2023.
- Sugeng, B. 2020. *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yazdanparast et al. 2016. *Consumer based brand equity in the 21st century:an examination of the role of social media marketing*. Emerald Publishing. 17(3). 243-255.
- Yunikartika, L dan Harti. 2022. *Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada Akun Instagram*. Jurnal Ekonomi Bisnis. 06 (01). 112-130. 28-01-2023.03(02).