

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, S. H., Wulandari, A., & Marcelino, D. (2022). Social Media Marketing Activity Influences Visit Interest To Indonesian Tourism Destination With Brand. *Brazilian Journal of Tourism Research*, 19(1), 1311–1337.
- Agra, B., & Prakoso, S. T. (2022). Building Consumer Buying Interest through Content Marketing and Consumer Engagement. *Management Analysis Journal*, 11(1), 65–70. <https://doi.org/10.15294/maj.v11i1.54277>
- Alghifari, E. S., Hurriyati, R., Dirgantari, P. D., & Sarman, R. (2022). Strategi Promosi melalui Media Sosial dan Electronic Word of Mouth untuk Komunikasi Konsumen. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 8(2), 114–127. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v8i2.6267>
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Penerbit Deepublish.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence* (5th ed.). Routledge. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh Online Costumer Review and Rating, E-Service Quality dan Price Terhadap Minat Beli pada Online Marketplace (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern*, 684–693.
- Damayanti, Y. (2020). Kajian Literatur Efektivitas Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 2(1), 31–45. <https://doi.org/10.15642/manova.v2i1.354>
- Elida, T., & Raharjo, A. (2019). *Pemasaran Digital* (A. M. Sari (ed.)). PT Penerbit IPB Press.
- Farhan Hasrul, A., Suharyati, & Sembiring, R. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. *KORELASI. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi. Fakultas*, 2(1), 1352–1365.

- <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1155/857>
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pertama)*. UB Presh.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (5th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Cetakan Pe)*. Penerbit Deepublish.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitriani, M., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Lazada Di Media Sosial. *JEKPEND (Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan)*, 4(2), 46–51. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i2.22431>
- Ghozali, I. (2021a). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (3rd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021b). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 (3rd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021c). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris edisi 3 (Badan Penerbit Universitas Diponegoro (ed.); 3rd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. New York: McGraw Hill.
- Halim, F., Sherly, & Sudirman, A. (2020). *Marketing dan Social Media*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the marketing context: a state of the art analysis and future directions*. Switzerland: Springer.
- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Principles of marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & C. He, H. (2020). *Principles of Marketing*

- Eighth Europe an Edition. In *Pearson education ltd* (Issue 17th Edition).  
www.pearson.com/uk
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Global Edi). Pearson Education Limited.
- Mantiri, S. M. B., Mangantar, M. M., & Tumewu, F. J. (2022). *THE INFLUENCE OF EWOM AND WOM ON PURCHASE INTENTION OF SHOPEE CUSTOMER IN MANADO PENGARUH EWOM DAN WOM TERHADAP NIAT MEMBELI PELANGGAN SHOPEE DI Jurnal EMBA Vol . 10 No . 1 Januari 2022 , Hal . 1191 - .. 10(1), 1192–1200.*
- Marwani, & Maulana, A. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Sepatu Vans (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(3), 605–619.  
<http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Mehyar, H., Saeed, M., Baroom, H., Afreh, A. L. I. A., & Al-adaileh, R. (2020). *Definition purchasing intention*. 98(02).
- Nasution, A. U. (2020). Pengaruh Social Media Marketing dan Review Produk pada Marketplace Tokopedia terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Feb Usu). *Jurnal Manajemen Universitas Sumatera Utara*, 1–85.  
<https://www.usu.ac.id/id/fakultas.html>
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Grasindo.
- Ramadan, F., Muchtar, & Hafid, H. (2021). Pengaruh online customer review dan e-service quality terhadap keputusan pembelian melalui marketplace. *Jurnal FORUM EKONOMI*, 23(3), 405–412.
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Riyadini, N. G., & Krisnawati, W. (2022). Content Marketing, Brand Awareness, and Online Customer Review on Housewives'Purchase Intention on Shopee. *Interdisciplinary ...*, 733–741.  
<http://iss.internationaljournallabs.com/index.php/iss/article/view/149%0Ahttp://iss.internationaljournallabs.com/index.php/iss/article/download/149/145>

- Sari, P. D. R., Manggabarani, A. S., & Husniati, R. (2020). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora). *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1(0), 727–738. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/920>
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563–1571. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1563-1571>
- Seri Br Sembiring. (2019). *PENGARUH HARGA, E-SERVICE QUALITY DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SUMATERA UTARA)*. 9–25.
- Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Greenleaf Book Group Press.
- Setiawati, D., & Madiawati, P. N. (2020). Minat Beli Konsumen Melalui Aplikasi Tix Id Yang Dipengaruhi Oleh Social Media Marketing, Brand Image, Dan E-Service Quality. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 10(2), 119–126. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v10i2.2770>
- Sihombing, I. K., & Dewi, I. S. (2019). *Pemasaran dan Manajemen Pasar; Sebuah Analisis Perspektif Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen* (1st ed.). Penerbit Deepublish.
- Solis, B. (2010). *Engage! The Complete Guide For Brand and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (2nd ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran Teori dan Aplikasinya*. Jember: Pustaka Abadi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction* (5th ed.). Yogyakarta: ANDI.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik; Domain, Determinan, Dinamika* (4th ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Tuten, T. L. (2021). *Social Media Marketing* (M. Waters (ed.); 4th ed.). SAGE Publications.
- Wangsa, I. N. W., Rahanatha, G. B., Yasa, N. N. K., & Dana, I. M. (2022). *Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word Of Mouth Dan Mendorong Pengambilan Keputusan* (1st ed.). Penerbit Lakeisha.
- Widyawati, D. D. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Pada Produk Starbucks (Studi Pada Pengguna .... *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.  
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/3792>
- Zainurossalamia, S. (2020). Manajemen Pemasaran Teori & Strategi. In *Forum Pemuda Aswaja*.
- Zhafirah, U. (2019). the Influence of Social Media Advertising Towards Purchase Intention of E-Commerce : a Study Among. *International Conference on Rural Development and Entrepreneurship 2019*, 5(1), 1024–1035.
- Zulfikar, T., Aprianti, I., & Rachmawati, E. (2022). Digital Marketing and Brand Image To Increase Consumer Purchase Interest. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 6(1), 21–29. <https://doi.org/10.30988/jmil.v6i1.976>