

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Sitorus, (2022). *Digital Marketing Strategy: Online Marketing Approach*. Media Sains Indonesia.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep Dan Aplikasi Di Era Digital* (Tuti Bahfiarti, Ed.).
- Carla Virenabia, & Faraj Oktafani. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Pada Followers Instagram Bandung Makuta*.
- Dave Chaffey, & Fiona Ellis-Chadwick. (2016). *Digital Marketing*. www.Pearson.Com/Uk
- Destiani, G. P., Marheni, & Saputri, E. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Di Bandung The Influence Of Brand Ambassador And Quality Product To Purchase Interest Mie Sedaap Korean Spicy Chicken In Bandung*. <https://Instantnoodles.Org/En>
- Dewi, R., Titisari, H., & Rini, N. (2020). *Monograf Fenomena Cashless Society Di Era Ekonomi Digital : (Financial Literacy E-Money Pada Generasi Millenials)*. Cipta Media Nusantara.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bunga Sari Fatmawati, Ed.). Sinar Grafika Offset.
- Elvira Ismagilova, Yogesh K., Dwivedi, Emma Slade, & Michael D. Williams. (2017). *Electronic Word Of Mouth (Ewom) In The Marketing Context*. Springer International Publishing.
- Fadiya Haya, A., Fadila, A., & Desyantama, H. (2021). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Richeese Factory Bandar Lampung (Alika Fadiya Haya) Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Richeese Factory Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 3(1), 2745–2892.
- Fandy Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran, Prinsip & Penerapan*. Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono, & Chandra. (2020). *Pemasaran Strategik*.
- Fenti Hikmawati. (2017). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Gary Armstrong, & Kotler, P. (2017). *Principles Of Marketing*. Pearson Australia.
- Iлона Vicenovie Oisina Situmeang. (2022). *Pengaruh Pesan Viral Marketing Digital Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Followers (Studi Eksplanatif Pada Akun Instagram @Lu'miere)*.

- Juliana, A., Arifin Djakasaputra, & Sri Aprianti Tarigan. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerbit Nem.
- Kementerian Pendidikan, & Kebudayaan, R. Dan T. (2022). *Membangun Bisnis Di Era Digital*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2021). *Marketing Management, Global Edition*.
- Kotler Philip, Hermawan Kartajaya, & Iwan Setiawan. (2017). *Marketing 4.0*.
- Laksmi, A. A., & Oktafani, F. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal. *Jurnal Compu-tech & Bisnis*, 10(2), 78–88. www.Dailysocial.Id
- Moka Teknologi Indonesia. (2019, December 20). *Kisah Sukses Bittersweet By Najla Pelopor Dessert Box*.
- Musyaffi, A. M., Hera, K., & Dwi Kismayanti, R. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model- Partial Least Square (Sem-Pls) Menggunakan Smartpls*. Pascal Books.
- Naufal, A., & Sari, D. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Buldalk Bokkeumyeon (Samyang) Pada Masyarakat Di Kota Bandung*
The Effect Of Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Towards Purchase Intention On Buldalk Bokkeumyeon (Samyang) In Bandung. www.News.Idntimes.Com
- Rahmawati, L. C., & Nurfebiaraning, S. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Bittersweet By Najla*. www.Wearesocial.Com
- Rahmawida, P., Dewi Rosmalia, Sihombing, P. R., Sawaluddin, S., I Ketut Suardika, Wahyu Dwi, W., Hairil Akbar, & Rismayani. (2022). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yayasan Penerbitan Muhammad Zaini.
- Recep Yilmaz. (2017). *Narrative Advertising Models And Conceptualization In The Digital Age* (Recep Yilmaz, Ed.). Igi Global.
- Retnani, Aryunika Putri, Srihandayani, & Christina Menuk. (2021). *Pengaruh Word Of Mouth, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Rumah Makan Ayam Bawang Cakper Sidoarjo*.
- Riyanto, S., & Aglis Andhita Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*.
- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(3).

- Shelylla, A. P., Corry Yohana, & Muhammad Yusuf. (2021). *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Dessert Box*.
- Solimun, Fernandes, & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (Sem) Pendekatan Warppls*.
- Stephanie Diamond, & Shiv Singh. (2020). *Social Media Marketing For Dummies*. Wiley.
- Sugiarto. (2022). *Metode Penelitian Bisnis* . Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif* (Sutopo, Ed.). Alfabeta.
- Wibawa Prasetya, & Careen Yulius. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang: Studi Pada Produk Eatlah*.
- Yudi Julius, & Nandan Limakrisma. (2016). *Manajemen Pemasaran : (Model Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)* . 1–252.