

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017a). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), 908–921.
- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017b). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP CITRA MEREK DAN MINAT BELI PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH.*
- Aisyah, D., & Engriani, Y. (2019). Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, Dan E-WOM Terhadap Minat Beli Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(4). <https://doi.org/10.24036/jkmw0278990>
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018* (United States Of America) [Report]. Pew Research Center. <https://apo.org.au/node/175701>
- Anggitasari, S. R., Hurriyati, R., & Wibowo, L. A. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Pengetahuan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 6–10.
- Arief, H., & Happy, E. (2015). Potential Study Of Kopasanda (Chromolaena Odorata L.) Leaves As Antibacterial Against *Vibrio Harveyi*, Disease Causative Agent Of Tiger Shrimp (*Penaeus Monodon Fabricius*) Post Larvae. *Journal Of Aquaculture Research & Development*, 6, 1825871133–1574187156.

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2023). *Survei APJII Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. Diakses Pada 21 Maret 2023 Dari*.
- Astuti, N. F. (2021). *Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli Berikut Strategi Dan Fungsinya*.
- Bps.Go.Id. (2023). *Indonesia Berada Di Peringkat Kedelapan Untuk Penetrasi Internet Di Asia Tenggara*. Bps.Go.Id
- Brown, T. A. (2015). *Confirmatory Factor Analysis For Applied Research*. Guilford Publications.
- Budiasih, I. G. A. N., & Nyoman, G. A. (2014). *Metode Grounded Theory Dalam Riset Kualitatif*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 9(1), 19–27.
- Cangara, H. (2003). *Dimensi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chen, S. H., & Chang, J. Y. (2019). *New Insights Into Mechanisms Of Cisplatin Resistance: From Tumor Cell To Microenvironment*. *International Journal Of Molecular Sciences*, 20(17), 4136.
- Choirunnisa, N. A., & Walyoto, S. (2023). *Pengaruh Konten Post Dan Testimoni Di Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Industri Otomotif*.
- Dafa, G. S. M., & Sari, D. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Pada 372 Kopi Dago Pakar Di Bandung)*. *Eproceedings Of Management*, 8(2).
- 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>

Erkan, I., & Evans, C. (2016). The Influence Of Ewom In Social Media On Consumers' Purchase Intentions: An Extended Approach To Information Adoption. *Computers In Human Behavior*, 61, 47–55.

Farahdiba, D. (2020). KONSEP DAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN: PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN MENUJU ERA DISRUPSI. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22.

<https://doi.org/10.30659/Jikm.V8i1.7992>

Fauzi, L. R. (2023). Perancangan Instrumen Untuk Menganalisis Faktor—Faktor Yang Mempengaruhi Rencana Kebutuhan Obat Dan E-Procurement. *Majalah Farmaseutik*, 19(3), Article 3.

<https://doi.org/10.22146/Farmaseutik.V19i3.77942>

Fauziah, A. M. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta Dalam Memasarkan Event Solo Menari*.

Fauziah, N., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Pengaruh Konten Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Di Tiktok Shop Pada Mahasiswa Program Studi Di Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(1).

Galang, T. (2021). *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Viewers Youtube Wardah Channel Suhay Salim)*.

- Goyette, I., Ricard, L., & Bergeron, J. (2010). *E-WOM Scale: Word-Of-Mouth Measurement Scale For E-Services Context. Canadian Journal Of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences De l'Administration*. 27(1), 5–23.
- Hair, J. (2009). *Multivariate Data Analysis. Faculty And Research Publications*.
<https://Digitalcommons.Kennesaw.Edu/Facpubs/2925>
- Hakim. (2016). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Di Caffe Shop Truck Coffee*.
- Harris, L. C., Kotler, P., Armstrong, G., & He, H. (2020). *Principles Of Marketing*.
- Hennig-Thurau, T., Wiertz, C., & Marchand, A. (2017). Not All Digital Word Of Mouth Is Created Equal: Understanding The Respective Impact Of Consumer Reviews And Microblogs On New Product Success.
International Journal Of Research In Marketing, 34(2), 336–354.
- Hidayanto, F. (2015). *Pentingnya Internet Sehat. Asian Journal Of Innovation And Entrepreneurship (AJIE)*.
- Hutter, K., Hautz, J., Dennhardt, S., & Füller, J. (2013). The Impact Of User Interactions In Social Media On Brand Awareness And Purchase Intention: The Case Of MINI On Facebook. *Journal Of Product & Brand Management*, 22(5/6), 342–351.
- Intyaswati, D. (2023). *STATISTIK SOSIAL- Pengujian Hipotesis Dengan Aplikasi SPSS [Preprint]*. Thesis Commons.
<https://doi.org/10.31237/osf.io/ahjux>

- Irawan, E., & Yusuf, Y. (2017). *Instagram Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Kota Pekanbaru (Studi Komunitas Instagram Di Kota Pekanbaru)*.
- Ismagilova, R. (2020). *Prevalence Of The Puumala Orthohantavirus Strains In The Pre-Kama Area Of The Republic Of Tatarstan, Russia*. 9(7), 540.
- Jalaluddin, R. (2005). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jonni, R. R., & Hariyanti, P. (2021). *Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Space Coffe Roastery Yogyakarta*.
- Khaerunnisa, S., & Ramantoko, G. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Cirebon Di Tokopedia. *Eproceedings Of Management*, 9(5).
- Khasanah, N. M. (2022). *Minat Beli Produk Halal Samyang Food Ditinjau Dari Theory Of Planned Behavior Pada Generasi Muslim Di Kabupaten Kudus*.
- Kotler, P. T., & Lee, N. R. (2009). *Up And Out Of Poverty: The Social Marketing Solution*. Pearson Prentice Hall.
- Kurnianti, A. W., Tidar, U., & No, J. K. S. (2017). *Komunikasi Pemasaran Transportasi Online Nguberjek. 1*.
- Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi: Studi Kasus Konsumen Giant Expresss Sukabumi. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 145–154.
- Kusuma, A. F., & Wijaya, T. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli: Peran Mediasi Citra Merek. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 30–42.
- <https://doi.org/10.12928/Fokus.V12i1.5717>

- Kusuma, E. I., Surya, D., & Suhendra, I. (2017). Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Member Tupperware Di Kota Rangkasbitung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(1).
- Kusuma, K., & Wijaya, T. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli: Peran Mediasi Citra Merek. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 30–42.
- Laksmi, A. A., & Oktafani, F. (2016). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal*.
- Lestari, E. D., & Gunawan, C. (2021). *Pengaruh E-WOM Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli*.
- Melyza, A., & Agus, R. M. (2021). *Persepsi Siswa Terhadap Proses Penerapan Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan Pada Pandemi Covid-19*. *Journal Of Physical Education*. 2(1), 8–16.
- Milhinhos, P. R. V. (2015). *The Impact Of Content Marketing On Attitudes And Purchase Intentions Of Online Shoppers: The Case Videos & Tutorials And User-Generated Content*.
- Morrisan, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Kencana*.
- Muhammad, M. C. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Word Of Mouth Usaha Dagang Daun Waru Dikabupaten Pati (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Sultan Agung)*.

- Mukarromah, U., Sasmita, M., & Rosmiati, L. (2022). Pengaruh Konten Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Minat Beli Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia: The Influence Of Content Marketing And Brand Image On Purchasing Decisions Mediated By Buying Interest In Tokopedia Application Users. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84.
<https://doi.org/10.37366/Master.V2i1.444>
- Muninggar, D. A., & Rahmadini, A. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). *Business And Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1).
<https://doi.org/10.57084/Bej.V3i1.773>
- Naufal. (2017). *Analisis Pengaruh EWOM Pada Minat Beli Buldalk Bokkeummyeon Di Kota Bandung*.
- Nawawi, E. (2018). Jangan Sebut Itu “Batik Printing” Karena Batik Bukan Printing. *Artchive: Indonesia Journal Of Visual Art And Design*, 1(1), 45–52.
- Nugraha, P. P. (2023). Keunikan Model Marketing Dari Mulut Ke Mulut Dalam Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia.*, 2(10), 3160–3169.
- Nurimani, G. S. (2022). Strategi Promosi Di Media Sosial Dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 54–58.
<https://doi.org/10.29313/Jrmk.V2i1.1007>
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktik*. Deepublish.

- Pega, E. F. (2021a). *Pengaruh Kualitas Layanan Website, Persepsi Harga Dan Konten Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Traveloka*.
- Pega, E. F. (2021b). *Pengaruh Kualitas Layanan Website, Persepsi Harga Dan Konten Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Traveloka* [Phd Thesis, STIE Malangkececwara]. [Http://Repository.Stie-Mce.Ac.Id/Id/Eprint/1537](http://Repository.Stie-Mce.Ac.Id/Id/Eprint/1537)
- Razak, M., Hidayat, M., & Rahman, M. H. (2021). *Pengaruh Video Advertising Dan Sosial Media Nkonten Melalui Brand Awareness Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Gofood Di Kota Makassar*. 18.
- Rosita, V. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli Di Shopee Pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (Doctoral Dissertation, IAIN KUDUS)*.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 490–501.
- Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). *Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita*.
- Santoso, P. H. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kredibilitas Perusahaan Terhadap Niat Membeli Konsumen Pada Produk Kawasaki Di Kota Yogyakarta. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (COSTING)*, 1(2), 209–220.

- Shimp, A. T. (2014). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jilid 1. Alih Bahasa: Revyani Sharial. Erlangga. Jakarta.*
- Sormin, S. (2022). *Pengaruh E-Wom Terhadap Adopsi Informasi Di Instagram Dan Niat Berkunjung Pada Destinasi Wisata Danau Toba.*
- Sriyanto, Y. P., & Fatimah, D. N. (2021). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Bisnis Online Akun@ Gwetnic. Id Melalui Bauran Pemasaran Meningkatkan Penjualan (Desember 2018–Januari 2019).*
- Sugianto, E., & Kurniawan, C. J. (2017). Pengaruh Program Green Hotel Terhadap Minat Beli Konsumen Di Hotel Di Indonesia. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa, 5(2).*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Suwandari, L. (2008). Pengaruh Promotional Mix Pada Peningkatan Volume Penjualan Kosmetika Skiva PT. *Cosmolab Prima Di Purwokerto.*
- Swastha, B., & Irawan. (2006). *Manajemen Pemasaran Modern.*
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 2(1), 90–95.*
- Ulfa, R. (2021). *Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan.*

- Vianeya, E. M., & Pramesti, M. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Dan Brand Loyalty Dalam Memilih Platform Sekuritas Untuk Berinvestasi.*
- Wahyuni P, S., Fourqoniah, F., & Arsyad, A. W. (2019). *Pengaruh Konten Instagram @Smrfoodies Terhadap Minat Beli Followers.*
- Walangitan, P. G. M., & Sagai, R. T. L. (2023). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT). 10(2).*
- Wardana, R. R. (2015a). *Pengaruh Tayangan Iklan Oreo Versi Animasi Terhadap Minat Beli Siswa Dan Siswi MI. Fatahillah Jakarta Selatan.*
- Wardana, R. R. (2015b). *Pengaruh Tayangan Iklan Oreo Versi Animasi Terhadap Minat Beli Siswa Dan Siswi MI. Fatahillah Jakarta Selatan.*
- Wicaksono, M. P. A., & Seminari, N. K. (2016). *Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka.*
- Widarjono, A. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.*
- Windi, P., & Mursid, M. C. (2021). *Pentingnya Perilaku Organisasi Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital. Jurnal Logistik Bisnis, 11(2), 71–77.*
- Winoto, Y. (2015). *The Application Of Source Credibility Theory In Studies About Library Services Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source Of Credibility) Dalam Penelitian-Penelitian Layanan Perpustakaan. 5(2).*
- Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2018). *Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1(2), 87–96.*

- Wjaya, G. P., & Yulita, H. (2022). Pengaruh Konten Marketing, E-Wom, Dan Citra Merek Di Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Kosmetik Mother Of Pearl. *Journal Of Business & Applied Management*, 15(2), 133–142.
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Shopee. *Journal Of Islamic Economics And Finance Studies*, 3(1), 55–69.
- Yunikartika, L., & Harti, H. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Akun Instagram@ Carubanmangan. *Jurnal E-Bis*, 6(1), 212–230.
- Zahara, S. A. (2021). *Pengaruh Nilai Akuntansi, Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Swalayan Dan Mini Market Di Wilayah Pasir Pengaraian (Doctoral Dissertation, Universitas Pasir Pengarai*