

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Z. Y., *Indonesia Habiskan 188 Menit per Hari Akses Media Sosial*, Diakses dari: https://goodstats.id/article/indonesia-habiskan-188-menit-per-hari-akses-media-sosial-qtU1j#google_vignette pada 18 Maret 2025.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013).
- Creswell, John W., *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, (4th ed.), (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2014).
- Denpasar, Program Studi Manajemen FEB Unmas, *Manajemen Pemasaran: Konsep, Pengembangan dan Aplikasi*, (Badung Bali: CV. Noah Aletheia, 2020).
- Dewi, Ni Putu Aprillia et al., *Pengaruh Content Marketing dan Electronic Word of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee*, Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, Vol. 1 No 4, 2023.
- Ferdinand, Augusty, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006).
- Ferdinand, Augusty, *Pengembangan Minat Beli Merek Eksistensi*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006).
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).
- Goyette, Isabelle et al., *E-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context*, Vol. 27, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 2010.
- Gustina dan Ervina, *Penerapan Strategi Word of Mouth dalam Sistem Jual Beli di Kelompok Pengajian Salafi Koa Pekanbaru*, Jurnal LONTAR, Vol. 5 No. 1, (2017).

- Haryanto, Dwi, *Perilaku Konsumen dalam Era Digital*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020).
- Hawa, Sarah Dien et al., *Pengaruh Penetration Pricing dan Peningkatan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mi Konyol Bumiayu*, Vol. 2 No. 1, *Prosiding Manajemen dan Ekonomi*, 2023.
- Hutagalung, Kezia Abelista, *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UMA (Studi Kasus Konten Tegar Racun Tiktok)*, (Medan: Universitas Medan Area)
- Jeong, EunHa et al., *Restaurant experiences triggering positive electronic Word of Mouth (E-WOM) motivations*, *International Journal of Hospitality Management*, 2011.
- Kamilah, Latifah Nur, *Penagruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) pada Minat Beli Pelanggan di Situs Social Commerce Media Sosial Instagram*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020)
- Kaplan, Andreas & Michael Haenlein, *Users of the Word, Unite! The Challengers and Opportunites of Social Media*, *Business Horizons*, 2010.
- Kesuma, Iwan, *Pemasaran dan Manajemen Pasar (Sebuah Analisis Perspektif terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen)*, (Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA, 2019).
- Kurniawan, Gogi, *Perilaku Konsumen: Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*, (Penerbit Mitra Abisatya, 2020).
- Luhgianto et al., *Perilaku Konsumen*, (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2021).
- Maulana et al., *Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen terhadap Pembelian Makanan dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food*, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (NPTN)*, Vol. 11 No. 1, 2023.
- Maulana Indra, *Peran Penggunaan Search English Optimization dan Media Sosial sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan Minat Beli E-Commerce Elevenia pada Mahasiswa Kabupaten Purwakarta*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9, No. 2, 2022.

- Priansa, Donni Juni, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Putri, Aprilla Dwiana, *Pengaruh Viral Marketing dan Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap Minat Beli Produk Mixue Ice Cream & Tea (Studi pada Mixue Kapten Muslim Medan)*, (Medan: Universitas Medan Area, 2024).
- Ramadhan, M Deden, *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Akun Instagram @localthriftstores*, (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2023).
- Rizkyta, Anastassya et al., *Pengaruh E-WOM (Electronic Word of Mouth) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Shopee Kota Semarang)*, Vol. 13, No. 1, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2024.
- Rusliansyah, *Pengaruh Postingan IG @penajam_terkini Terhadap Perspektif Generasi Muda pada Kebudayaan Lokal di Kabupaten Penajam Paser Utara Kamlimantan Timur*, (Tulungagung: FUAD UIN SATU Tulungagung, 2024).
- Sernovitz, Andy, *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get Talking*, (Chicago: Kaplan Publishing, 2006).
- Sinaga, Bona Aripin dan Sulistiono, *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Beli Produk Fashion Eiger*, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol. 8 No. 2, 2020.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Thomas, R. Murray, *Blending Qualitative and Quantitative Research Methods in Theses and Dissertations*, (2nd ed.), (Thousand Oaks, CA: Corwin Press, 2020).

Thurau, Thorsten Henning et al., *Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?*, *Journal of Interactive Marketing*, 2004.

Wardhana Aditya, *Perilaku Konsumen di Era Digital*, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2024).

Wardhana, Aditya, *Seni Pemasaran Kontemporer*, (Kota Bandung-Jawa Barat: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2022).