

DAFTAR PUSTAKA

- Asakdiyah, S. (2020). Membnagun Inovasi Bisnis Melalui Electronic Word Of Mouth (e-WOM) di Era New Normal.
- Autoridad Nacional del Servicio Civil. (2021). pengaruh Electronic word of mouth dan kualitas website terhadap minat beli shoppe pada mahasiswa IAIN.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 5(1), 19-25.
- 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).
- Dwiyono, P. (2018). Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram@ Dailymanly) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- El Fikri, M. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan. *Jumant*, 9(1), 1-11.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh viral marketing, online consumer riviews dan harga terhadap keputusan pembelian shoppe di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(2).
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25-34.
- IP, L. K. (2022). Influence of Electronic Word of Mouth (E-Wom), Product Quality and Price on Purchase Intention a Mitsubishi Type Xpander Car at PT Sun Star Motors Mitsubishi Mt Haryono Semarang. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 7(2), 183-198..
- Istiqomah, I., Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019, July). Analisis pengaruh kepercayaan, iklan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. In *Proceedings Progress Conference (Vol. 2, No. 1, pp. 557-563)*.
- Karnadi, & Lian, W. L. S. (2021). Pengaruh Periklanan dan harga Terhadap Keputusan pembelian di E-Commerce. 4(1), 271–276.
- Kristine De Valck, A. B. R. (2020). How to manage electronic word of mouth to boost sales.

- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas media instagram dan e-wom (electronic word of mouth) terhadap minat beli serta keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101-115.
- Martha Anggraini, S. (2020). Pengaruh e-WoM terhadap Niat Pembelian Online Produk Impor di Situs e-Commerce dengan Variabel Citra Merek dan Nilai yang Dirasakan sebagai Pemediasi (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya)
- Maulidiyah, D. N., & Arsyianto, M. T. (2020). Analisis Periklanan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *SKETSA BISNIS*, 7(2), 94-105
- Nainggolan, N. P. (2018). Analisis Pengaruh Merek, Potongan Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 3(1), 84-95.
- Noviyanti, M., Puspita, N., & Firmansyah, R. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) di Instagram terhadap Destination Image di Farmhouse Susu Lembang, Bandung. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 6(2), 30-43.
- Nur Asnawi, N. D. S. (2021). Islamic banking service innovation in customer co-creation: Its impact on customer trust, satisfaction, and loyalty. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 56(2).
- Oktarina, W. (2018). Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Membeli Produk Wardah Pada Mahasiswi FEBI UIN Raden Fatah Palembang (Doctoral dissertation, UIN RADEN FATAH PALEMBANG).
- Pambudi, B. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial, Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Prof.Dr.Suliyanto, S.E., M. M. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (Aditya Cristian (ed.)). CV. Andi Offset (Anggota IKAPI).
- Purwaningdyah, S. W. S. (2019). Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 73-80.

- Putri, C. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594-603
- Radjapati, T. Y., Tumbuan, W. J., & Soepeno, D. (2018). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Tobelo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Ramadani, D., Santoso, B., & Wibowo, Y. (2022). Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Shop DKI. *JPE: Jurnal Peneliti Ekonomi*, 1(6), 8-20.
- Ramdhan, J. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Distro House of Smith. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(3), 534-544.
- Rooselinda, A. I. M., & Harliwong, D. A. (2022). Manfaat Electronic Word of Mouth Pada Keputusan Pembelian (STUDI KASUS:@ AFTERGLOW. THELABEL). *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 6(1), 1-16.
- Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Kemudahan dan Kualitas informasi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Sevata Online Oleh Mahasiswa Di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(5)
- Safira Ginanisa. (2021). Tujuan Utama Social Media Marketing untuk Bisnis yang Wajib Diketahui.
- Sagita, S. A., & Sarsono, S. (2021). Purchase Decisions From Social Media Marketing, Product Innovation, and Celebrity Endorser. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 71-75
- Salsabila, A., & Nurdasila, N. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Rekomendasi Selebgram Terhadap Keputusan Pembelian dengan E-WOM Sebagai Pemediasi Pada Pengguna Shopee di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(3).
- SITORUS, S. A. (2020). Pengaruh Harga, Rasa, Lokasi Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Penyet Putri Dikota Medan. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 131-142.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.
- Yurindera, N. (2020). Pengaruh persepsi dan sikap terhadap motivasi serta dampaknya pada keputusan pembelian online di masa pandemi. *Jurnal manajemen bisnis*, 23(3), 10