

DAFTAR PUSTAKA

- Adityas, R. B., & Hidayah, R. T. (2024). Pengaruh Social Media Terhadap Brand Equity Dan Purchase Intention Pada Produk Teh Gelas. *E-Proceeding of Management*, 11(1), 404.
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. Si., Nur Hikmatul Auliya, Grad. Cert. B., Helmina Andriani, M. Si., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Angelo, F., Rimadiaz, S., & Saad, B. (2020). Peran Ewom Sebagai Pendorong Penciptaan Value Co-Creation Dan Implikasinya Pada Purchase Intention The Role Of Ewom As A Driven Of Value Co-Creation And Its Implications On Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan*, 7(1), 40–51.
- Anggoro, D. B., Indonesia, U. I., Sigit, M., & Indonesia, U. I. (2024). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli (Studi Pada Teh Pucuk Harum Di Indonesia). *MASMAN: Master Manajemen*, 2(1), 01–09.
- Angraini, R. (2021). Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Sikap Merek Serta Dampaknya Pada Proses Minat Beli Jasa Gojek. *UIN*, 1–23.
- Anthony, & Wangdra, Y. (2022). Analisis Pengaruh Ease of Use, Kepercayaan Dan Iklan Terhadap Minat Beli E-Commerce Customers Shopee Di Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah*
https://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/4978%0Ahttps://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/download/4978/2709
- Compas.co.id. (2022). *Compas Market Insight: Indonesia FMCG E-commerce Report 2022*.
- Domzi. (2023). *Lebih enak fresh tea atau teh gelas dan kenapa?* Quora.
<https://id.quora.com/Lebih-enak-fresh-tea-atau-teh-gelas-dan-kenapa>
- Fanani, O. N. (2021). Pengaruh Social Media Engagement Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Obyek Wisata Baru di Karanganyar). *Eprints Ums*.
- Fasha, A. F., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Minat Beli Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Finnah, F., & Muhammad, F. (2020). Buku Pengantar Periklanan. In *Lakeisha*.
[id.quora.com. \(2023\). Lebih enak fresh tea atau teh gelas dan kenapa? Domzi. https://id.quora.com/Lebih-enak-fresh-tea-atau-teh-gelas-dan-kenapa](https://id.quora.com/Lebih-enak-fresh-tea-atau-teh-gelas-dan-kenapa)
- Kenton, Wi. (2024). *Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) Industry: Definition, Types, and Profitability*. Investopedia.
<https://www.investopedia.com/terms/f/fastmoving-consumer-goods-fmcg.asp#toc-types-of-fast-moving-consumer-goods>

- Kotler, P. (2019). Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital - Google Books. In *John Wiley and Sons, Inc.*
- Kurniawan, A. (2018). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Edisi Pertama* (1st ed.). ALFABETA, CV.
- Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2021). Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 51–70. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3>
- Lustiono, D. R. (2021a). *Teh Gelas vs Teh Bandulan, Mana yang Lebih Unggul?* Mojok.Co. <https://mojok.co/terminal/teh-gelas-vs-teh-bandulan-mana-yang-lebih-unggul/>
- Lustiono, D. R. (2021b). *Teh Gelas vs Teh Bandulan, Mana yang Lebih Unggul?* Mojok.Co. <https://mojok.co/terminal/teh-gelas-vs-teh-bandulan-mana-yang-lebih-unggul/>
- Maria, S., Pusriadi, T., & Darma, D. (2019). The Effect of Social Media Marketing, Word of Mouth, and Effectiveness of Advertising on Brand Awareness and Intention to Buy. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(2), 107–122. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i3.6373>
- Maryati, M. (2022). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan Word of Mouth terhadap Minat Beli toko online time universe studio skripsi.*
- Muhammad, R. W., Rochaeti, E., & Setiawan, E. (2021). Pengaruh Media Social Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Produk Sepatu Converse Pada Mahasiswa FEB Universitas Prof Dr Hamka. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 31–40. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.451>
- Muzakki, R., & Hakim, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada UPTD Puskesmas. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian 2020*, 122–134.
- Nazila, A. T., Ganna Henryanto, A., & Kenang, H. (2022). Pengaruh Social Media Marketing On Instagram Terhadap Brand Awareness Dan Purchase Intention Produk Mangkok Nusantra. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(4), 432–444.
- Nur Islamiah, Tasrif, & Irham. (2023). Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kelurahan Penanae Kota Bima. *Jurnal Komunikasi Dan Kebudayaan*, 8(1). <https://doi.org/10.59050/jkk.v8i1.84>
- Olonite, O. A. (2022). Olonite Sampling Technique and Taro Yamane Sampling Method: The Paradigm Shift. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3994018>
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Minat Beli (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.

- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru* (1st ed.). UB Press.
- Priansa Juni, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial. In Marketing Communication.*
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS. START UP.*
- Rahmani, S., Halim, R. E., Gayatri, G., & Furinto, A. (2021). The role of company reputation in mitigating negative word of mouth. *Business: Theory and Practice*, 22(1), 109–120. <https://doi.org/10.3846/btp.2021.12983>
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Media Sosial, Word of Mouth, and Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(3), 435–448. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i3.345>
- Rokhmawati at el. (2022). Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 515–526.
- Rosario, A. B. (2019). Conceptualizing the electronic world-of-mouth process: What we know and need to know about eWOM creation, exposure and evaluation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1.
- RW Ismail. (2020). *Pengertian Pemasaran Media Sosial*. 21–22.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Saputra, R. (2021). *Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran, Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran*. 26–36.
- Satria, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus di Puskesmas Kecamatan Depati VII Kabupaten Kerinci). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 78. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.230>
- Sinaga, B. A., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Word of Mouth Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79–94. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.329>
- Sinurat, W., & Dirgantara, I. M. B. (2021). The effects of brand equity, price, and brand proliferation on new product performance through product trial: evidence from FMCG industry in Indonesia. *Diponegoro International Journal of Business*, 4(1). <https://doi.org/10.14710/dijb.4.1.2021.58-68>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran. In Pustaka Abadi, Jember.*
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yeskha, Ed.; Vol. 1). ANDI.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Peneiltian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In Alfabeta Bandung.*
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta.*

- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi (Cet. 1)* (1st ed.). Pustaka Baru Pres.
- Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Pres.
- Suryadiningrat, Y., Rahmat, T. Y., & Anandita, R. (2022a). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan E-Wom Terhadap Kepercayaan dan Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 515–523. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.515>
- Suryadiningrat, Y., Rahmat, T. Y., & Anandita, R. (2022b). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan E-Wom Terhadap Kepercayaan dan Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 515–523. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.515>
- Tauran, R. H., Andriani, D. R., Wahyuningtyas, A. S. H., & Isaskar, R. (2022). the Effect of Social Media Marketing on the Purchase Decision of Kooka Coffee Products Using Brand Image As a Mediation Variable. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 22(3), 223. <https://doi.org/10.21776/ub.agrise.2022.022.3.9>
- @tehgelasid. (2024). *Teh Gelas (@tehgelasid) on Instagram: "Seduhan Daun Teh Asli, ASLI BAGUS!"* Instagram.
- Tungga, A. F., Fanggidae, R. P. C., Kurniawaty, M., & Amtiran, P. Y. (2023). Analisis Digital Marketing dan Kreatif Iklan Pada Pelaku UKM Coffee Shop Papa Ganteng di Kota Kupang. *GLORY: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4, 771–777.
- Vania, S., & Sofyan, A. (2019). Hubungan Efektivitas Iklan di Instagram dengan Minat Beli Konsumen. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 5(2), 15–20.
- Veronica, C. (2023a). PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN PELANGGAN. *Journal UAJY*, 3.
- Veronica, C. (2023b). PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN PELANGGAN. *Journal UAJY*, 3. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/29801%0AActions> (login required)
- Winarno, K. O., & Indrawati, I. (2022). Impact of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth (E-Wom) on Purchase Intention. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(3). <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.03.15>
- www.tehgelas.com. (2019). *Teh Gelas*. Orang Tua. <https://www.tehgelas.com/>
- Yanto, A. F., Bachtiar, D. I., & Astrianingsih, A. (2023a). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dan E-WOM Terhadap Minat Beli Produk UMKM Kabupaten Purworejo di Yodotuku.com. *EKOBIS*, 24(1), 28–45.
- Yanto, A. F., Bachtiar, D. I., & Astrianingsih, A. (2023b). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dan E-WOM Terhadap Minat Beli Produk Umkm Kabupaten Purworejo di Yodotuku.com. *EKOBIS*, 24(1), 28–45.
- Zhu, H., & Deng, F. (2020). How to influence rural tourism intention by risk knowledge during COVID-19 containment in China: Mediating role of risk

perception and attitude. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10), 1–23. <https://doi.org/10.3390/ijerph17103514>