

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Emzir. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Kuswarno, E. (2009). *Metode Penelitiin Komunikas: Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Moleong, L. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karya.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remadja Karya.
- Moleong, Lexy. J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Persektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Noza Citra, & Primayanti, A. (2019). *Pemanfaatan Akun Twitter @Womanfeeds Sebagai MediaInformasi Dikalangan Followersnya*. E-Proceeding Management, 6,3
- Rustanto, B. (2015). *Penelitian Kualitatif Pekerjaan Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk, Leslie Lazar. (2009). *Perilaku Konsumen. Alih bahasa Zulkifli Kasip*. Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia.
- Siyoto, S & Sodik, A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.
- Steenkamp, J.B. (2017). *Global Brand Strategy: World - wise Marketing in the Age of Branding*. North Carolina: Palgrave Macmillan.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2014). *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta CV.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Jurnal :
- Akbar, M. J. C. (2018). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Ariyanto. (2018). *Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Anuva*, 2(3), 317–324.
- Aries, M. (2018). *Pengaruh Word Of mouth terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian (Survei Pada Make up Artist yang Membeli dan Menggunakan Produk KRYOLAN di Kabupaten Bojonegoro)*. (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Boyatzis, R.E. (1998). *Transforming qualitative information: Thematic analysis and code development*. Thousand Oaks: Sage
- Braun, V. and Clarke, V. (2006) *Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology*, 3 (2). pp. 77-101
- Dahlia, S. (2021). *Komunikasi Virtual Melalui Media Instagram Pada Remaja Di Desa Perawang Kecamatan Tualang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Erkan, I. dan 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.
- Ghozali, I. (2012). No Title. In Undip.ac.id (6th ed.). Universitas Diponegoro.
- Handriani, D. J. (2019). *Proses Adaptasi Anggota Ikatan Mahasiswa Fakfak Di Kota Bandung*. 95–98.
- Haningrum, A. (2022). *Pengaruh Terpaan Akun Twitter @ohmybeautybank Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kosmetik Dan Kecantikan (Survei Pada Followers @ohmybeautybank)*.

- Hennig-Thurau, Thorsten. Kevin Gwinner. Gianfranco Walsh. Dwayne Gremler. (2004). *Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platfor : What Motivates Consumers To Articulate Themselves on The Internet*. Journal of Interactive Marketing. 38 : 52.
- Humaira, A., & Wibowo, L. A. (2016). *Analisis Faktor Elektronik Word Of Mouth (EWOM) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan*. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(2), 1049-1060
- Indriyani, M. L. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah Secara Online Melalui E-Commerce Shopee*. (Doctoral dissertation, Universitas Bhayangkara).
- Istiyanto, R. M. P. dan B. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Perempuan Di Surakarta)*. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4 (2), 78–88.
- Mardiana, Lisa., & A. F. Zi'ni. (2020). *Pengungkapan Diri Pengguna Akun Autobase Twitter @Subtanyarl*. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 3(1): 34-54.
- Nida, F. L. K. (2014). *Persuasi dalam media komunikasi massa*. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam "AT-TABSYIR,"* 2(2), 77–95.
- Mirawati, I. (2021). *Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital*. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 9(1), 58-80.
- Poerwandari, E. K. (2009). *Pendekatan Kualitatif*. Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi Fakultas Psikologi UI.
- Rachmawati, A. dan Nurhamida, Y. (2018). *Dukungan Sosial Teman Virtual Melalui Media Instagram pada Remaja Akhir*. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terpadu*. Volume 06 Nomor 01
- Rosana, J. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Followers Autobase Twitter OMBB (OHMYBEAUTYBANK) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Love Beauty And Planet* (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). *Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak.com*. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106.
- Ulayyaputri, Laras D., & I. D. Mayangsari. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Socobox Sociolla Melalui Twitter Terhadap Minat Beli Pada Followers @Womanfeeds*. *E Proceeding of Management*. 8(10): 613.

Internet :

Ani Mardatila (17 Oktobe 2022). *7 Jenis Media Sosial Lengkap dengan Penjelasan dan Contohnya*. Diakses pada 02 Februari 2023 pukul 07:10, dari <https://www.merdeka.com/sumut/7-jenis-media-sosial-lengkap-penjelasan-dan-contohnya-klm.html>

Cindy Mutia Annur (23 Maret 2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Diakses pada 10 Agustus 2022 pukul 10:35, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>

Monavia Ayu Rizaty (10 Agustus 2022). *Pengguna Twitter di Indonesia Capai 18,45 Juta pada 2022*. Diakses pada 12 September 2022 pukul 14:51, dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1845-juta-pada-2022>.

Nisa Ilmia (22 April 2022). *Mengenal Apa itu Base Twitter, Cara Kerja dan Fungsinya!*. Diakses pada 29 september 2022 pukul 14:28, dari <https://vocasia.id/blog/mengenal-base-twitter/>

