

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardhiansyah, A. N., & Marlana, N. (2021). Pengaruh social media marketing dan e-wom terhadap minat beli produk geoffmax The effect of social media marketing and e-wom on interest to buy geoffmax products. *Akuntabel*, 18(3), 378–391.
- Arsyalan, A. G., & Ariyanti, M. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Bandung di Shopee. *eProceedings of Management*, 6(3), 5566-5582.
- Astuti, D. and Rianto, M.R., 2022. Pengaruh Lingkungan Kerja, Gaji, dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan. *EVOKASI: Jurnal Kajian Administrasi Dan Sosial Terapan*, 1(2), pp.90-96.
- Bukhari, E. and Ramadhan, A., 2020. Analisis Komparasi Penghasilan Driver Go-Jek Dan Grab Terhadap Standar Upah Minimum Regional Kota Bekasi Pada Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2).
- Bulan, T. P. L., & Chandra, R. (2021). The Effect of Ewom, Digital Marketing, Customer Satisfaction on Customer Loyalty (Shopee Customer Survey in Pangkalan Brandan). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 36. <https://doi.org/10.29406/jmm.v17i1.3064>
- Fadillah, N., Muh. Nur Syaiful Arsyi, A., Arifin, I., & Ridwan Said Ahmad, M. (2023). Pengaruh Globalisasi Media Dan Penyerapan Budaya Korea Dikalangan Remaja Kota Makassar. *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 195–203. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i1.764>
- Gabriella, T. P., Ellitan, L., & Kristanti, M. M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3946>
- Hadita, H., Widjanarko, W. and Hafizah, H., 2020. Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3).

- Lestari, S. (2022). Jurnal Pendidikan dan Konseling ° م ل ع ي م ل ا م ن س ن ل ل ° ق ل ا ب م ل ع ي ل ا م ل ع ة م. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.
- Mawadah, M., & Mada, Y. P. (2022). Pengaruh Social Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Lazada (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(3), 284–290. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i3.13475>
- Nurmalasari, L. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN KETERLIBATAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE (Studi Kasus Pada UMKM Bidang Kuliner). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 288–300. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i3.405>
- Rumagit, I. A., Lopian, S. L. H. V. J., Tampenawas, J. L. A., Pembelian, K., Pada, K., Pandemi, M., Rumagit, I. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Tampenawas, J. L. A. (2023). *ISSN 2303-1174 I.A. Rumagit., S.L.H.V. J. Lopian., J. L.A. Tampenawas.,. 11(1)*, 1242–1252.
- Safitri, H., Safitri, S. C., Harisyah, P. N., Dita, S. D. R., & Kusumawati, D. (2022). Analisis Pengaruh Digital Marketing Tiktok Pada Trend Home Decor Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Produk Ikea. *Snhrp, April*, 319–325.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *KONSEP DASAR STRUCTURAL EQUATION MODEL PARTIAL LEAST SQUARE (SEM-PLS) MENGGUNAKAN SMARTPLS*. PASCAL BOOKS.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (19th Ed)*. Alfabeta.
- Adquisiciones, L. E. Y. D. E., Vigente, T., Frampton, P., Azar, S., Jacobson, S., Perrelli, T. J., Washington, B. L. L. P., No, Ars, P. R. D. a T. a W., Kibbe, L., Golbère, B., Nystrom, J., Tobey, R., Conner, P., King, C., Heller, P. B., Torras, A. I. V., To-, I. N. O., Frederickson, H. G., ... SOUTHEASTERN, H. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Duke Law Journal*, 1(1), 51–66.

- Ardhiansyah, A. N., & Marlina, N. (2021). Pengaruh social media marketing dan e-wom terhadap minat beli produk geoffmax The effect of social media marketing and e-wom on interest to buy geoffmax products. *Akuntabel*, 18(3), 378–391.
- Arif., M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *SiNTESa Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 111–122.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Bulan, T. P. L., & Chandra, R. (2021). The Effect of Ewom, Digital Marketing, Customer Satisfaction on Customer Loyalty (Shopee Customer Survey in Pangkalan Brandan). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 36. <https://doi.org/10.29406/jmm.v17i1.3064>
- Cahyono, F. D., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth (eWOM) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten\_shokudo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 148–157.
- 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>
- Dimas Hendika Wibowo. (2015). Strategi dan Program Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Fadillah, N., Muh. Nur Syaiquul Arsyi, A., Arifin, I., & Ridwan Said Ahmad, M. (2023). Pengaruh Globalisasi Media Dan Penyerapan Budaya Korea Dikalangan Remaja Kota Makassar. *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 195–203. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i1.764>
- Gabriella, T. P., Ellitan, L., & Kristanti, M. M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand

- Awareness Sebagai Mediasi Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3946>
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing , Electronic Word of Mouth , dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 202–209.
- Lestari, S. (2022). Jurnal Pendidikan dan Konseling م ل ع ي م ل ا م ن س ن ل ل ل م ق ل ا ب م ل ع ي ل ا م ل ع م . *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.
- Mawadah, M., & Mada, Y. P. (2022). Pengaruh Social Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Lazada (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(3), 284–290. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i3.13475>
- Nurmalasari, L. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN KETERLIBATAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE (Studi Kasus Pada UMKM Bidang Kuliner). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 288–300. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i3.405>
- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh E-wom dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen untuk Berbelanja Online di Lazada. *Ecodemica*, IV (1)(2355–0295), 117–124.
- Rachman, T. (2018). Pengaruh eWOM melalui media sosial terhadap travel intention yang di mediasi attitude toward destination. *E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 10–27.
- Rumagit, I. A., Lapian, S. L. H. V. J., Tampenawas, J. L. A., Pembelian, K., Pada, K., Pandemi, M., Rumagit, I. A., Lapian, S. L. H. V. J., & Tampenawas, J. L. A. (2023). ISSN 2303-1174 I.A. *Rumagit., S.L.H.V. J. Lapian., J. L.A. Tampenawas.,. 11(1)*, 1242–1252.
- Safitri, H., Safitri, S. C., Harisyah, P. N., Dita, S. D. R., & Kusumawati, D. (2022). Analisis Pengaruh Digital Marketing Tiktok Pada Trend Home Decor Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Produk Ikea. *Snhrp, April*, 319–325.

Verma, S., & Yadav, N. (2021). Past, Present, and Future of Electronic Word of Mouth (EWOM). *Journal of Interactive Marketing*, 53, 111–128. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.07.001>

