

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliasari. 2014. Electronic Word-Of-Mouth (E-Wom) Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Dan Kafe Di Surabaya. *Dalam Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol 2, No 2.
- Agyekhan-Simonian, M., Forsythe, S., Suk Kwon, W., & Chattaraman, V. 2012. The Role of Product Brand Image and *Online* Store Image on Perceived Risks and *Online* Purchase Intention for Apparel. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol 19, No 3, 325-331.
- Allsop, D. T., Basset, B. R., & Hoskins, J. 2007. Word of Mouth Research: Principles and Applications. *Dalam Journal of Advertising Research*, Vol 47, No 4, Hal 398-411
- Alviera,E., & Aulia, S. 2023. Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial @Lasolange_ di Instagram. *Dalam Jurnal Publish*, Volume 2, No 1.
- Anwar, A., Gulzar,A., Sohail, F.B., & Akram, S. N 2011. Impact of Brand Image, Trust, and Affect on Consumer Brand Extension Attitude: The .Mediating Role of Brand Loyalty. *International Journal of Economics and Management Science*,Vol 1, Hal 73-79.
- Anjya, I., G. 2023. Brand Ambasssador, Citra Merek, dan Niat Beli (Konsep dan Aplikasi). Cilacap: Media Pustaka Indo.
- Arif, M. S. 2016. Perceived EWOM: Sebagai Faktor Analisis Dalam Menentukan Kredibilitas dan Pengadopsian eWOM Bagi Wisatawan Pada Forum Diskusi *Online*. *Dalam Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 4, No 2.
- Arissaputra, Rivaldi. 2024. *Purchase Intention Produk Fesyen Lokal Berdasarkan Analisis Celebrity Endorsment dan Brand Image*. Bali: Intelektual Manifes Media.
- Armin, N., Syahrul, & Dyah, V. 2023. Efektivitas Website dan Kinerja Pustakawan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menggunakan Perpustakaan Umum Daerah. *Dalam INTEC Journal: Information Technology Education Journal*, Vol 3, No 2.
- Arsyalan, A., & Ariyanti, M. 2019. The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Shopee's Purchasing Decision In Bandung. *Dalam Journal of Management*, Vol 6, No 3.
- Aryani, R. 2021. Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Imge Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Bakpia Kukus Tugu Jogja. *Dalam Jurnal AGRISTA*, Vol 9, No 2.
- Assauri, S. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press

- Augustinah, F., & Widayati. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. Dalam *Jurnal Dialektika*, Vol 4, No 2.
- Azmi, Khairil. 2022. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha CV Tjahaja Baru Lubuk Buaya Padang. Dalam *Jurnal EBISMEN: Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, Vol 1, No 2.
- Azzahra, P. & Madiawati, P. N. 2023. The Influence Of Brand Image And Marketing Mix On Repurchase Decisions At Erigo Through Customer Satisfaction. Dalam *Journal od Management*, Vol 10, No 4, Hal 2443-2453.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. 2023. *Produk Domestik Regional Bruto (Pengeluaran)*. Diakses dari <https://yogyakarta.bps.go.id/subject/156/produk-domestik-regional-bruto--pengeluaran-.html> pada 1 Juli 2023.
- Bancin, J., B. 2021. *Citra Merek dan Word of Mouth*. Surabaya: Jakad Media Publishing
- Bataineh, A. 2015. The Impact of Perceived EWOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image'. Dalam *International Journal of Marketing Studies*, Vol 3, No 1.
- Bintarti, S., & Suwandy. (2021). Consumer Purchasing Decisions of Teh Pucuk Harum : Product Quality, Advertising and Brand Image. Dalam *The Management Journal of BINANIAGA*, Vol 6, No 2, Hal 229-244.
- Brown, M., Pope, N. & Voges, K. 2003. "Buying or Browsing? An Exploration of Shopping Orientations and Online Purchase Intention". Dalam *European Journal of Marketing*, Vol 37, No 11, Hal1666-1684.
- Cahyani, W., & Sulistyowati, R. 2021. Pengaruh Sales Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Melalui Aplikasi Tix Id (Studi pada Pengguna Aplikasi TIX ID di Surabaya). Dalam *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol 9, No 1, 1055–1061.
- Chakti, G. 2019. *The Book Of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Christine, W. B. 2017. Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). Dalam *Industrial Engineering Online Journal*, Vol 6, No 1.
- Cung, F. G., Setianingsih, R. E., & Bunfa, L. 2023. Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan Shopee. Dalam *Jurnal Manajemen*, Vol 12, No 2.

- Djatzmiko, Tjahjono & Pradana, R. 2016. Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. Dalam *Journal Malaysia: Procedia Social and Behavioral Science*, Hal. 221-227.
- Dewi, D. A. 2018. Modul Uji Validitas dan Reliabilitas. Dalam *Jurnal Statistika Terapan*, Hal 1-14.
- Emenina & Angel, R. 2019. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Starbucks Coffee PIM 2. Dalam *Jurnal EDUTURISMA*, Vol IV, No 1.
- Ermawati, A. 2018. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Purchase Decision Produk United. Dalam *Jurnal AGORA*, Vol 6, No 2, Hal 1-6.
- Febriani, E., Mariska, I., & Nasrida, M. 2023. Pemanfaatan Media Sosial Bagi Volume Penjualan Produk Skincare Dan Kosmetik Derr Cosmetics. Dalam *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, Vol 3, No 2.
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Fitria. 2022. Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. Dalam *Jurnal Sinomika*, Vol 1, No 4.
- Geyser, W. 2022. *The State of Influencer Marketing 2021: Benchmark Report*. [Influencer Marketing Hub]. Diakses dari: <https://influencermarketinghub.com/influencermarketing-benchmark-report-2021/> pada 12 Feb 2024.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 (2nd ed.)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette I., Ricard, L., J., B., & F., M. 2010. E- WOM Scale: Word- Of- Mouth Measurement Scale For E- Services Context. Dalam *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5–23.
- Gunawan, G., L., C. 2020. Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. Dalam *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol 5, No 2.
- Gretzel, U., Fesenmaier, D. R., & O'Leary, J. T. 2017. The transformation of consumer behavior through social media: Analyzing the role of Instagram in decision-making processes. Dalam *Journal of Travel Research*, Vol 56, No 3, Hal 431-443.

- Halin, Hamid. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja di Palembang Pada PT Semen Baturaja (PERSERO) Tbk. Dalam *Jurnal EcoMent Global*, Vol 3, No 2.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2017. A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition. Los Angeles: SAGE Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. 2021. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R A Workbook. Switzerland: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519>
- Hawkins, D.I., & David, M. 2010. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy 9th Edition*. Irwin Mc Graw Hill. Boston.
- Hasna, S., & Irwansyah. 2019. Electronic Word of Mouth sebagai Strategi Public Relation di Era Digital. Dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 8, No 1.
- Hendryadi, H. 2017. Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner. Dalam *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol. 2, No.2: 169-178.
- Hewer, P., Brownie, D., & Kerrigan, F. 2013. The Exploding Plastic Inevitable: Branding Being, Brand Warhol & The Factory Years. Dalam *Scandinavian Journal of Management*, Vol 29, No 2, 184-193.
- Hidayat, K., & Permatasari, I. N. 2019. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Melalui Peran Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi Program S1 Universitas Brawijaya di Kota Malang yang Melakukan Pembelian Produk Make Over). Dalam *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 75 No 1, 37–45.
- Indrasti, D., & Siliyya, F. (2021). Atribut Minuman Teh Kemasan Siap Minum yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen di Kabupaten Tegal. Dalam *Jurnal Mutu Pangan*, Vol 8, No 2, Hal 70-79.
- Indraswara, M.B., Harisudin, M., & Kunto, A. 2017. Strategi Bersaing Agroindustri Bakpia Pathok “25” Kota Yogyakarta. Dalam *Jurnal GRISTA*, Vol 5, No 3.
- Jansen, B. J., Zhang, M., & Chowdury, A. 2009. Twitter Power: Tweets as Electronic Word of mouth. Dalam *Journal of American Society for Information Science and Technology*, Vol 60, No 11, Hal 2169-2188.
- Jonathan, G., & Anondho, B. 2018. Perbandingan Antara PLS SEM dan Analisis Faktor untuk Identifikasi Faktor Pengaruh Eksternal Proyek. Dalam *Jurnal Mitra Teknik Sipil*, Vol 1, No 2, Hal 123-132.

- Judhita, C. 2011. Hubungan penggunaan situs jejaring sosial facebook terhadap perilaku remaja di kota makasar. Dalam *Jurnal Penelitian IPTEKKOM*, Vol 13, No 1, Hal 1-23.
- Juliandi, A., & Irfan, M. S. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kartini. 2022. Penelitian Tentang Instagram. Dalam *MAKTABATUN:Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, Vol 2, No 2.
- Khasanah, A. 2015. Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturaden. Dalam *Jurnal El-Tarbawi*, Vol 8, No 2, 162-176.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2013. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Krisyantono. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:Prenada Media.
- Kurniawan, E., & Irwansyah. 2022. Strategi Pemasaran Pada Media Sosial Melalui Iklan Instagram. Dalam *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, Vol 8, No 2, Hal 885-900
- Laksmi, A. A., & Oktafani, F. 2017. Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Minat Beli Followers Instagram pada Warunk Upnormal. Dalam *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol 11, No 1, 1-12.
- Mahiri, Eli. 2020. Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. Dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 9, No 3.
- McIntire, S., A. 2007. *Foundations of Psychological Testing A Practical Approach*. London. Sage Publication.
- Mirnawati & Rustam, T.A. 2023. Pengaruh Media Sosial, Periklanan, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kota Batam. Dalam *Journal Management & Business*, Vol 6, No 1, 135-145.
- Mulyadi, R. 2023. Pengaruh Fitur-Fitur Instagram Terhadap Pemasaran Supp.Id pada Platform Social Media Instagram. Dalam *Journal of Social Science and Digital Marketing (JSSDM)*, Vol III, No1, 1-8.
- Natalia, E., Hoyyi, A., & Santoso, R. (2017). Analisis Kepuasan Masyarakat terhadap Pelayanan Publik Menggunakan Pendekatan Partial Least Square (PLS) (Studi Kasus: Badan Arsip dan Perpustakaan Daerah Provinsi Jawa Tengah). Dalam *Jurnal GAUSSIAN*, Vol 6, No 3, Hal 312-322.
- Noviyani. 2023. *Pengaruh Negative Electronic Word of Mouth (N-EWOM) terhadap Citra Merek yang berdampak pada Niat Pembelian Ulang oleh*

Followers Twitter Indihome. Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Jakarta: Universitas Negeri Syarif Hidayatullah.

Nugroho, Bhuono. 2005. *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.

Nugroho, T.A. 2022. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Brodo. Dalam *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol 5, No 1.

Nuraidah & Megaawati, L. 2023. Pengaruh Digital Marketing dan E-wom terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow (Survei pada Pelanggan Store Ms Glow Sukabumi). Dalam *Jurnal Ilmiah Wahan Pendidikan*, Vol 9, No 8, Hal 386-400.

Oliver, R. L. 1999. Whence Consumer Loyalty?. Dalam *Journal of Marketing*, Vol 63, No 4, Hal 33-44.

Pancaningsih, R. 2022. Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Kecantikan Pada Online Shop Kumara Store Di Sukoharjo. Dalam *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, Vol 1, No 4.

Pentury, L.V. 2019. Pengaruh E-Wom Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Pada Hotel Bintang Tiga Di Bali. Dalam *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol 5, No 1.

Pramudita, A.I., Widiharih, T., & Santoso, R. 2020. Penerapan Structural Equation Modeling (SEM) untuk Menganalisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Bisnis (Studi Kasus Kafe di Kecamatan Tembalang dan Kecamatan Banyumanik pada Januari 2019). Dalam *Jurnal Gaussian*, Vol 9, No 2, Hal 122-134.

Pratiwi, S., & Rahmidani, R. 2023. Pengaruh Content Marketing dan Electronic Word of Mouth Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vaseline Hand & Body Lotion. Dalam *Jurnal Ecogen*, Vol 6, No 1.

Prayoga, I. K. W., & Yasa, N. N. K. 2023. *Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Purchase Intention : Konsep dan Studi Kasus Pada Calon Konsumen Kedai Kopi Fore Coffee*. Denpasar: Pena Persada.

Priyastama, Romie. 2017. *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengelolaan Data dan Analisis Data*. Star Up. Yogyakarta.

Priyatno, D. 2008. *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution)*. Yogyakarta: Mediakom.

Putri, A.P., & Sugiharti, R.R. 2020. Pengaruh Industri Kecil, Tenaga Kerja, dan Kredit terhadap PRDB di Karesidenan Kedu Tahun 2014-2018. Dalam *Jurnal Ekombis*.

- Putri, T.A. 2018. Pengaruh Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik La Tulipe Di Kota Padang. Dalam *Jurnal EcoGen*, Vol 1, No 4.
- Romhadhoni, Putri., Dita Z.F., dan Nada, A. 2018. Pengaruh Produk Domestik regional Bruto (PRDB) Daerah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Tingkat Pengangguran Terbuka di Provinsi DKI Jakarta. Dalam *Jurnal Matematika Integratif*, Vol 14, No 2.
- Sanjaya, Ridwan & Tarigan, J. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, S.P. 2020. Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. Dalam *Jurnal Psikoborneo*, Vol 8, No 1, 147-155.
- Sari, F., Silvia, I., & Nadirman. 2024. Analisis Pengaruh eWOM terhadap Minat Beli yang dimediasi oleh Brand Image (Studi Kasus Pengguna iPhone di Kota Padang). Dalam *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Digital*, Vol 1, No 1, Hal 949-954.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. 2015. *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS SEM)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI OFFSET.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. 2007. *Consumer Behaviour 7 th. Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Severi, E., Ling, K. C., & Nasermoadeli, A. 2014. The Impact of Electronic Word of Mouth on Brand Equity in the Context of Social Media. Dalam *International Journal of Business and Management*, 9 (8), 84-96.
- Shamsudin, N.S.B. 2015. *The Influence of Electronic Word of Mouth in Internet Mediated Social Websites on Consumers's Purchase Intention in Hospitality Industry*. Universiti Putra Malaysia
- Sholikah. 2021. *Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Shrotryia, V., K., & Dhanda, U. 2019. Content Validity of Assessment Instrument for Employee Engagement. Dalam *Jurnal SAGE*, Vol 9, No 1.
- Sidabalok, A. F., & Andriyani, E. 2020. Pengaruh Iklan Katalog Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Sindangsari Tanjung Bintang. Dalam *Jurnal GEMA*, Vol XII, No 1.
- Sinaga, O.S., Irianto, H., & Widiyanti, E. 2017. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rumah Teh Nodoro Donker Kemuning). Dalam *Jurnal AGRISTA*, Vol 5, No 1, Hal 79-88.

- Solomon, M.R. 2019. *Consumer Behaviour: A European Perspective*. London. Pearson Education.
- Solihat, S., & Sosianika, A. 2022. Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) di Media Sosial terhadap Minat untuk Membeli Produk Kecantikan. Dalam *Jurnal Politeknik Negeri Bandung*.
- Soetanto, Jeffrey 2017. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial di Semarang. Thesis. Unika Soegijapranata Semarang.
- Sugianto. 2021. Path Analysis of Customer Reviews, Brand Image, to Consumer Trust and Loyalty in the *Online Marketplace* in Binjai. Dalam *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, Vol 4, No 3.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Zakaria, dan Poerwanto. 2014. *Komunikasi Bisnis*. Penerbit. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Sundari, Y., Harisudin, M., & Agustono. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli di Pasar Swalayan Kabupaten Wonogiri. Dalam *Jurnal SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, Vol 15, No 1, Hal 39-49.
- Suri, Atika. 2018. Pengaruh Brand Image Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Handphone Merek Asus. Dalam *Journal Of Management FISIP*, Vol 5.
- Suryani & Hendryandi. 2016. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Susanto, G. 2023. Pemanfaatan Algoritma Tiktok Dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness. Dalam *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol 9, No 22.
- Susilowati, Eni. 2022. *Pengantar Ekonomi Pembangunan*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Suwitho. 2022. *Manajemen Pemasaran Modern 2*. Banyumas: Penerbit Wawasan Ilmu.
- Syafaruddin Z. S., & Srikandi, K. 2016. "Pengaruh Komunikasi Electronicword Of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) Dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta

- Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen *Online Shopping Zafertech.Com*).” Dalam *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol 3, 65–72.
- Thurau, T.H., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D.D. (2004). Electronic Word of Mouth via Consumer Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?. Dalam *Journal Interactive Marketing*. Vol 18, No 1, 38-52.
- Tjondro, H.A., Firminus, F., & Hermansius, R. 2022. Pertumbuhan Ekonomi dan Tingkat Kemiskinan (Studi Kasus Kabupaten Bengkayang). Dalam *Jurnal Ekombis*, Vol 10, No 1.
- Ulan, K. 2022. Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Intervening: Studi Pada Produsen Dessert Box. Dalam *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, Vol 3, No 2.
- Utami, A.B., Hamid, F.Z., & Mawarta, O.S. (2015). Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah di D’Kranji Residence Tahap II Bekasi Barat. Dalam *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Humaniora*, Vol 12, No 2, Hal 91-98.
- Wahana, A. 2018. Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran bagi UMKM. Dalam *Jurnal Dinamika Informatika*, Vol 7, No 2, 65-71.
- Wahyuni, S. N., & Damayanti, D. 2019. Digital Branding Menggunakan Instagram Follower. Dalam *Jurnal INFOS*, Vol 1, No 4.
- We Are Social. 2024. *Special Report: DIGITAL 2024*. Diakses dari <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/> pada 1 Maret 2024.
- Widyawati, D. 2017. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Pada Produk Starbucks (Studi Pada Pengguna Instagram Di Kota Malang). Dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol 5, No 2.
- Wulandari, S. 2023. Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nikki Jaya Roti. Dalam *Jurnal Business & Management MUSAMUS*, Vol 5, No 2.
- Wulandari, K. 2021. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik (Studi Pada Pengguna E-Commerce Sociolla). Dalam *Jurnal Ilmiah FEB Universitas Brawijaya*, Vol 9, No 2.

- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. 2015. Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. Dalam *The International Journal of Management Science and Business Administration*, Vol 1, No 5, 69-80.
- Yulindasari, E.R., & Fikriyah, K. 2022. Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. Dalam *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, Vol 3, No 1.
- Yusuf, A. S., Che Hussin, A. R., & Busalim, A. H. 2018. Influence of e-WOM engagement on consumer purchase intention in social commerce. Dalam *Journal of Services Marketing*, Vol 32, No 4, 493– 504.