

DAFTAR PUSTAKA

- Adellya Puspitasari Faqih Hasan.2020. *Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Kesadaran Merek dan Citra yang berdampak pada E-WOM Konsumen Batik Danar Hadi*. Skripsi. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PERBANAS. 2020.
- Ajat Rukayat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018).
- Alma, Bukhari dan Priansa, Donni Juni, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*, (Pasuruan: Qiara Media, 2020).
- Anisa Nur Hidayah, *Electronic Word of Mouth Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital (Studi Kasus Floraséa Purwokerto)*. Diakses melalui situs: <https://repository.uinsaizu.ac.id/18068/> pada tanggal 20 November 2023.
- Atin Rakhmawati,dkk. 2019. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung*. Jurnal Skestva Bisnis. Vol 6, No 1.
- Daar Al Atsar Indonesia, *Baca al-Qur'an Online Lengkap Tulisan Arab Latin Terjemah*. Diakses melalui situs: <https://daaralatsarindonesia.com/quran/> pada tanggal 20 November 2023.
- Data BPS (2021). "Perkembangan Teknologi". Diakses dari <https://www.bps.go.id/publication/2022/09/07/bcc820e694c537ed3ec131b9/statistiktelekomunikasi-indonesia-2021.html> pada tanggal 19 Oktober 2022.
- Delima Prihartini dan Riski Damastuti.2022. *"Pengaruh e-WOM terhadap Minat Beli Skincare Lokal pada Followers Twitter @ohmybeautybank."* Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 4 No 1.
- Effendy, O. U., *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017).
- Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif, Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal*, (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press, 2020).

- Fenny Arti Restanti, dkk. 2019. *Pengaruh Celebrity Endorses dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Zoya Fashion dan Hijab)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 68. No 1.
- Hasan Ali. 2015. Pengaruh Electronic Word of Mouth pada Media Sosial Facebook terhadap Keputusan Bekunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul. Jurnal Media Wisata. Volume No 1
- H.Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017).
- H. Nazarudin, *Manajemen Strategik*, (Palembang: NoerFikri Offset, 2020).
- John Budiman Bancin. *Citra Merek dan Word of Mouth* (Surabaya: CV Jakad Media Publishing. 2021)
- Kotler, Philip and Kevin Lane Kaller. *Marketing Management*. (New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc. 2012)
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016).
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2, (Jakarta: Indeks, 2016).
- Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kenacana , 2010).
- Moleong, L. J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, edisi revisi, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018).
- Nasir, Munawir, *Etika dan Komunikasi dalam Bisnis*, (Makasar: Social Politic Genius (SIGn), 2020).
- Novita Sari, dkk. 2017. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Bukalapak.Com*. Jurnal Manajemen Magister Vol 03 No 01
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam/P3EI*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015).
- Rita,dkk.2012. *Electronic Word Of Mouth Foursquare: The New Social Media*, *Binus Business Review*. Vol 4. No 2. November 2012. Hlm 716

- Rizan, dkk. 2012. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia. Vol 3 No 1.
- Salim dan Syahrums, *Metode Penelitian Kualitatif, Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan*, (Bandung: Cita Pustaka Media, 2012).
- Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, Cetakan 4, Edisi Revisi (Jakarta: Kencana, 2010) hlm 332
- Simon Kemp, *Digital 2023: Indonesia*, 9 Februari 2023. Diakses melalui situs: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia> pada tanggal 20 November 2023.
- Siti Aisyah dkk, *Dasar-Dasar Periklanan*, (Medan: Penerbit Yayasan Kita Menulis, 2021).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, cet.1, (Bandung: Alfabeta, 2018).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, cet.1, (Bandung: Alfabeta, 2018).
- Sujawemi, V. Wiratna. *Metode Penelitian Bisnis Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015).
- Sutisna. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2022)
- Suwatno, *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media).
- Tubagus Rizki Gustianu HS.2017. *Pengaruh Electronic Word Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian J.Co Donat dan Coffe di BIP (Bandung Indah Plaza)*. Skripsi. Bandung:Universitas Pasundan.2017.
- Veta Lidya Delomah Pasaribu et al. *Pemasaran Kotemporor* (Bandung: Widina Bhakti Persada. 2021).

Vigih Hery Kristanto, *Metode Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018).

Widyawati, Dian Dwi. *Pengaruh Elevation Word Of Mouth Terhadap Brand Image dan Purchase Intention Pada Produk Starbucks (Studi Pada Pengguna Instagram di Kota Malang)*