

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, C. (2022). Pengaruh Metode Scramble Terhadap Kemampuan Membaca Permulaan Huruf Braille Pada Siswa Tunanetra Di Sdlb Slb Negeri a Pajajaran Kota Bandung Skripsi. In *Skripsi*.
- Awalia, L. M., Pratiwi, I. A., & Kironoratri, L. (2021). Analisis Penggunaan Aplikasi Pembelajaran Daring terhadap Minat Belajar Siswa di Desa Karangmalang. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 3940–3949.
- Buchori. (2021). Words of Mouth (Wom) Sebagai Penentu Keputusan Pembelian (Sebuah Studi Literatur). *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(2), 159.
- Deri, E. N., Santika, I. W., & Giantari, I. G. A. K. (2016). Niat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa (Studi: Mahasiswa Program Reguler Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 985–1013.
- Fauziannor. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berorganisasi di kampus STIE Pancasetia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 3520–3533.
- Firtriani, A. F. (2023). *Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Smartphone*.
- Fitri, D., Fadillah, N., Fazil, M., & Ali, M. (2024). Pengaruh digital marketing terhadap minat bergabung anggota komunitas bisnis anak muda. *Jurnal Jurnalisme*, 14(1), 63-70.
- Ghozali, I. (2018). *Desain penelitian kuantitatif & kualitatif untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya*. Yoga Pratama.
- Harinie, L. T., Raysharie, P. I., & Sukmani, M. (2024). Pendampingan Kewirausahaan Mahasiswa: Praktik Berdagang Mandiri Area Kota Palangka Raya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 533–539.
- Hasan, K., Muchlis, M., Husna, A., Masriadi, M., Zahari, Z., Safwan, S., & Muktaruddin, M. (2024). Strategi Komunikasi Promosi Untuk Optimalisasi Zakat di Gampong Lingkungan Universitas Malikussaleh Bersama Baitul Mal Kota Lhokseumawe. *Jurnal Vokasi*, 8(3), 500-515.
- Hartono, A. H., & Kodrat, D. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Dan E-Wom, Terhadap Minat Beli Pelanggan Monarch Dengan Dimediasi Brand Image. *Performa*, 8(5), 504–518.
- Hermawan, D. J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 100–110.
- Jannah, A., Satria, D., & Fitri, D. (2023). Strategi komunikasi pemasaran akun Instagram@ Grosirshop_Stuff dalam promosi penjualan. *Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial dan Humaniora*, 1 (4), 379-386.
- Kurnia, K., Lestari Wuryanti, & Wiewik Indriani. (2024). Pengaruh E-Commerce, Word of Mouth, Product Inovation Dan Influencer Terhadap Keputusan

- Pembelian Marketplace Shoppe Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Universitas Malahayati. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(3), 620–630.
- Lestari, E. P., Fauzi, R. U. A., & Fatmala, I. A. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Penggunaan Shopeepay (Studi Kasus Di Kota Madiun). *Jurnal Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*, 2(2).
- Lestari, R. Y., Faujan, T. F., Sari, M., & Firdaus, M. (2025). Pemanfaatan Whatsapp Group “Pasar Online” Sebagai Media Jual Beli Masyarakat Modern. *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 3, 5–13.
- Lipursari, L., Trisayuni, H., & ... (2022). Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Bisnis Online melalui WA Story. ... *Journal of Management & ...*, 4(3), 340–344.
- Merlan, A. (2022). *Analisis Peran Media Sosial Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Raden Fatah Palembang*.
- Nurhidayat, F. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Tiram Pada Sosial Media di Desa Lajari Kota Barru*.
- Powa, G. A., Lopian, S. J., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset ...*, 6(3), 1188–1197.
- Pramesthi, H. K., & Prasetyo, B. D. (2023). Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Terhadap Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(1), 80–95.
- Pratama, D. S., & M, D. S. (2023). Pengaruh Komunikasi “Word of Mouth” Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Ms Glow. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 148.
- Pratama, S., & Muchlis, M. (2020). Pengaruh aplikasi tik tok terhadap ekspresi komunikasi mahasiswa universitas islam negeri (uin) sunan ampel surabaya tahun 2020. *INCARE, International Journal of Educational Resources*, 1(2), 102-115.
- Ratu, L. P., Purwandari, E., Iskandar, E., Saleh, M., & Hamidah, N. (2024). Peran Pembelajaran Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 9(1), 88–98.
- Rosdiana, Wirawan, S., Hartika, A., Aji, S., Febriantika, Nayoan, C., Arisanti, D., Trisilawati, R., & Simanjuntak, R. (2023). Penerapan Strategi Perubahan Perilaku. In *Get Press Indonesia* (Issues 1–171).
- Rukmanah, Yuni Dharta, F., & Ema. (2023). Komunikasi Pemasaran Digital Campaign WhatsApp Blast di PT.Telkomsel branch Karawang Dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(24), 647–654.

- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Cv Alfabeta.
- Yasir. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- Yonita, T., & Budiono, H. (2020). Pengaruh Ewom Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Produk Innisfree Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(1), 152.