

DAFTAR PUSTAKA

- Abelista, K. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Uma (Studi Kasus Konten Tagar Racun Tiktok). *Journal Pemasaran*, 2(13), 21. Diakses pada 20 Juni 2023, pukul 14:00 WIB di <https://repositori.uma.ac.id>.
- Azura, A., & Elysa Lubis, E. (2022). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @racunshopeecheck TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS. *Telangke:Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(2), 32–37. Diakses pada 18 Juni 2023, pukul 12:00 WIB di <https://doi.org/10.55542/jiksohum.v4i2.385>
- Fadhli Nursal, M., Rianto, M. R., Rohaeni, H., & Saputra, F. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(3), 111–118. Diakses pada 4 September 2023, pukul 10:00 WIB di <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Fitri, D., & Asthari, N. (2018). Fenomena Beauty Advertising Brand Kosmetik pada Minat Beli Konsumen. *Jurnal Jurnalisme*, 7(2), 158. Diakses pada 2 September 2024, pukul 11:00 WIB di <https://doi.org/10.29103/jj.v7i2.2933>
- Halim, A., & Tyra, M. J. (2021). Pengaruh Online Consumer Review Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Marketplace Shopee. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 99. Diakses pada 7 Juli 2023, pukul 15:00 WIB di <https://doi.org/10.31315/be.v18i1.5630>
- Hasna, S., & Irwansyah, I. (2019). Electronic Word of Mouth Sebagai Strategi Public Relation Di Era Digital. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 18. Diakses pada 6 Juni 2023, pukul 15:00 WIB di <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.18-27>

- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., & Slade, E. (2020). Perceived helpfulness of eWOM: Emotions, fairness and rationality. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 0–56. Diakses pada 6 Juni 2023, pukul 13:00 WIB di <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.02.002>
- Kurniawati, Y., & Kaligis, R. A. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Followers Instagram@agakenyang. *INSANI*, 7(1), 18-29. Diakses pada 6 Juni 2023, pukul 13:00 WIB di <https://jurnal.widuri.ac.id>.
- Novianti, W. (2020). Urgensi Berpikir Kritis Pada Remaja Di Era 4.0. *Journal of Education and Counseling (JECO)*, 1(1), 38–52. Diakses pada 18 Juni 2023, pukul 21:00 WIB di <https://doi.org/10.32627/jeco.v1i1.519>
- Nur, D. S., & Octavia, A. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Mediasi Pada Marketplace Shopee Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(2), 387–399. Diakses pada 18 Juni 2023, pukul 23:00 WIB di <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i2.17960>
- Prihartini, E., Mahiri, E. A., Hakim, A., Kurnadi, E., Endorse, C., & Konsumen, M. B. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorse Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Toko Elzatta Majalengka. *Jurnal Co ...*, 775–783. Diakses pada 18 September 2023, pukul 4:00 WIB di <https://journal.ikopin.ac.id>.
- Riama, C. O. (2021). Peran influencer dalam proses electronic word of mouth untuk meningkatkan persepsi merek. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 156. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.27628>
- Pambudi, R., & Pradekso, T. (2022). Pengaruh Terpaan *Electronic Word Of Mouth* Melalui *Tech Reviewer Youtube* (Gadget In) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli *Smartphone Realme*. *Jurnal Interaksi Online*, Vol 10, No. 3. Universitas Diponegoro. Diakses pada 21 Oktober 2023, pukul 20:00 WIB.

<https://ejournal3.undip.ac.id>.

Ramadhan, Z. (2023). Pengaruh *Review Product* Di Channel Youtube “GADGET IN” Terhadap Minat Beli Gadget (Survey Terhadap Audiens Gadgetin) (*Doctoral dissertation*, Universitas Nasional). Diakses pada 20 Oktober 2023, pukul 14:00 WIB. <http://repository.unas.ac.id>.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R &D. Bandung: Alfabeta. Diakses pada 30 April 2023, pukul 14:00 WIB. Di <https://opac.perpusnas.go.id>.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D). Bandung: Alfabeta. Diakses pada 1 Mei 2023, pukul 9:00 WIB. Di <https://opac.perpusnas.go.id>.