

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali., I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, Susan. 2018. *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Kotler, P. and Kevin Lane Keller. 2018. *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Terjemahan: Firmansyah, M. A. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

Jurnal

- Almana dan Mirza. (2018). *The impact of electronic word of mouth on consumers purchasing intention*. *Journal of Computer Applications*, 82, .https://www.researchgate.net/publication/261011194_The_Impact_of_Electronic_Word_of_Mouth_on_Consumers%27_Purchasing_Decisions
- Pasaribu Damiri (2020). Pengaruh sosial media marketing dan *brand equity* terhadap minat beli. *K I N E R J A 17* . Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/7354>
- Faisal dkk (2022). Pengaruh *social media marketing* terhadap minat dan keputusan pembelian konsumen pada usaha makanan sehat di kota malang. *Jurnal ekonomi pertanian dan agribisnis* . Volume 6, nomor 3 (2022): 1134-1146.<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/189051/>
- Lubiana mileva (2018) pengaruh *social media marketing* terhadap keputusan pembelian skripsi fakultas ilmu administrasi . Universitas brawijaya. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/162980/>
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. doi: 10.30588/jmp.v9i2.538
- Marwati dkk (2022) . Pengaruh *brand trust*, media sosial dan *online consumer review* terhadap minat beli. *Jurnal manajemen*. Volume 14 issue 1 (2022).<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/10747>

- Ramadhani dan Syafitry (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Pembelian Pada *Marketplace* Lazada (Survey pada masyarakat di Kabupaten Karawang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Agustus 2022, 8 (14), 21-31. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/2056>
- Sugiarti, D. I. (2021). *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)* Pengaruh *Consumer Review* Terhadap Pembeli Terhadap Toko Online Shopee Keputusan. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH)*, 1(9), 954–962. <https://sostech.greenvest.co.id/index.php/sostech/article/view/195>
- Sugiyono. 2017. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sasmita, Christina dan Ida Bagus Kurniawan. (2020). Pengaruh Promosi *Sosial Media (Digital Marketing)* Terhadap Minat Beli *Chatime* Wilayah Badung. *Sintesa Prosiding*. ISSN: 978-602-53420-66.