

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2021). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif* (I. N. Suardhika, Ed.). Noa Aletheia.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Sukabina Press.
- Baş, M., Tarakçı, İ. E., & Aslan, R. (2023). *The Essentials of Today's Marketing 3*. EFE Academy.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Godin, G., & Kennedy, A. (2020). *Social Media Marketing Secrets 2020*. Independently Published.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis*. CV Sah Media.
- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. Meltwater.
- Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0*. Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th Global Edition). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Global Edition). Pearson.
- Rachmat, Z., Santoso, A., & Sari, M. N. (2022). *Administrasi Bisnis*. Global Eksekutif Teknologi.
- Rachmawati, I., Millanyani, H., & Ariyanti, M. (2021). *Pemasaran Melalui Media Sosial untuk Usaha Mikro Kecil Menengah* (M. Ariyanti, Ed.). Tel-U Press.
- Sawlani, D. K. (2021). *Digital Marketing: Brand Images* (Lutfiah, Ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran* (Cetakan Pertama). Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.

Supriyanto. (2016). *Retrospektif Ilmu Administrasi Bisnis*. Mitra Wacana Media.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (Ed.I). Andi.

Young, T. D. (2019). *Content Marketing for PR: How to Build Brand Visibility, Influence and Trust in Today's Social Age*. Digital Citizen.

TESIS

Tsou, A. (2019). Managing Brand Reputation in a Dynamic. In *eWOM Service Industry Environment* (Vol. 1). Queensland University of Technology.

JURNAL

Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Dan Etika Remaja. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2), 130–139.

Al-Gasawneh, J. A., & Al-Adamat, A. M. (2020). The Mediating Role of e-Word of Mouth on the Relationship Between Content Marketing and Green Purchase Intention. *Management Science Letters*, 10(8), 1701–1708.

Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Jurnal INTEKNA*, 19(2), 115–120.

Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). E-WOM scale: Word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.

Kristiawan, T. A., & Keni, K. (2020). Pengaruh Packaging, Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 244–256.

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. *Jurnal Ecogen*, 6(1), 119.

Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1–19.

Putra, F. F., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Bukalapak. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6212–6222.

- Rahmawati, F. P. I., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Lipstik Pixy Cosmetics di Kota Surabaya). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2823–2835.
- Setyawan, A. T., Sholihah, A., Lilik, S., & Rohmah, N. (2022). Kuliner Sunda di tengah laju modernitas: perkembangan rumah makan Sunda di Bandung tahun 1960-an hingga 2000-an. *Journal of Indonesian History and Education*, 2(2), 204–218.
- Sonita, A., Muntahanah, Darnita, Y., Rahman, & Tanjung, F. (2022). Android-Bases Menu Selection Application At Café De One In Giri Kencana Village, North Bengkulu. *JURNAL KOMITEK*, 2(2), 309–324.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, D. K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *Journal Unpad*, 3(1), 102–119.
- Winarti, C. (2021). *Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19*.
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55–69.