

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, Rosmaya and Farida Indriani. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah.” *Diponegoro Journal of Management* 6, no. 4 (2017): 908–21.
- Amrina, Yusri. wawancara oleh penulis, June 21, 2023. wawancara 2.
- Bugin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- . *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: KENCANA, 2017.
- Buttle, Francis. *Customer Relationship Management, Concept and Tools*. Jakarta: Bayumedia Publishing, 2004.
- Djazuli. *Kaidah-Kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah- Masalah Yang Praktis*,. 1st ed. Jakarta: Kencana, 2006.
- Dwi Atmoko, Bambang. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita, 2012.
- Ekasari, Novita. “Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi.” *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora* 16, no. 2 (2014): 81–102.
- Elvinaro dkk, Ardianto. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Endraswara, Suwardi. *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan Ideologi, Epistemologi, Dan Aplikasi*. Sleman: Pustaka Widyatama, 2006.
- Goyette, Isabelle, Line Ricard, Jasmin Bergeron, and Francois Marticotte. “E-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context” 27, no. 1 (2010): 5–23. <https://doi.org/10.1002/cjas.129>.
- Hammad Aburumman, Asad. “The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan.” *Journal Society of Interdisciplinary Business Research* 3, no. 1 (2014).
- Hendika Wibowo, Dimas, Zainul Arifin, and Sunarti. “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi Pada Batik Di Jeng Solo).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 29, no. 1 (2015).

- Ho, Vi Truc, Nhan Trong Phan, and Phuong Viet Le-Hoang. "Impact of Electronic Word of Mouth to the Purchase Intention - the Case of Instagram." *Independent Journal of Management & Production* 12, no. 4 (June 1, 2021): 1019–33. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v12i4.1336>.
- Ismagilova, Elvira, Yogesh K. Dwivedi, Emma Slade, and Michael D. Williams. *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context A State of the Art Analysis and Future Directions*. 2017th ed. Swansea: Springer, n.d.
- Izza. wawancara oleh penulis, June 21, 2023. wawancara 4.
- Kaplan, Andreas M, and Michael Haenlin. *User of The World, Unite! The Challenges and Oppertunities of Social Media*. Jakarta: Kompas Gramedia, 2010.
- Karina, Mona, Fery Hernaningsih, and Rinto Rivanto. "STRATEGI PEMASARAN DENGAN PEMANFAATANFENOMENA VIRAL DAN KOMUNIKASI ELECTRONICWORDOFMOUTH MELALUI SOSIAL MEDIA DI INDONESIA." *JIMEA* 6, no. 3 (2022).
- Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Kertajaya, Hermawan, and Muhammad Syakir Sula. *Syari'ah Marketing*. Bandung: Mizan, 2006.
- Luthfiyatillah, Afifah Nur Millatina, Sitti Hamidah Mujahidah, and Sri Herianingrum. "Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian." *Jurnal Penelitian IPTEKS* 5, no. 1 (January 14, 2020): 101–15. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>.
- Moelong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Nasution, S. *Metode Research*. Jakarta: Bumi aksara, 2011.
- Nurdin, Ismail, and Sri Hartati. *Metodologi Penelitian Sosial*,. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS, 2007.
- Puspita Sari, Meutia. "Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau." *Jurnal Risalah* 4, no. 2 (2017).

- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Rahmi Qurrota Aynie, Ratih Hurriyati, and Puspo Dewi Dirgantari. “Strategi Pemasaran Electronic Word of Mouth Pada E-Commerce Dalam Menghadapi Era Digital 4.0 Di Indonesia” 17, no. 1 (2021): 136–43.
- Reza Jalilvand, Mohammad, and Neda Samiei. “The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran.” *Jurnal Marketting Intelligence and Planning* 30, no. 4 (2012): 460–76. <https://doi.org/DOI:10.1108/02634501211231946>.
- Rizki, and Pangestuti. “Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi Dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 49, no. 2 (2017): 157–64.
- Rostanti. wawancara oleh penulis, June 21, 2023. wawancara 1. transkrip.
- Sadikin, Ali, Isra Misra, and muhammad Sholeh Hudin. *PENGANTAR MANAJEMEN DAN BISNIS*. Yogyakarta: K-Media, 2020.
- Selvi. wawancara oleh penulis, June 21, 2023. wawancara 3.
- Siyoto, Sandu, and M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D)*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D, Ed. ALFABETA*. Bandung: ALFABETA, 2013.
- Thurau, Thorsten Hennig, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, and Dwayne D. Gremler. “Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?” *Jurnal Interaktif Marketing* 18, no. 1 (2004): 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>.
- Wagiran. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2013.
- Zarella, Dan. *The Social Media Marketing Book*. USA: Oreilly media, 2010.