

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. (2010). *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Medpress.
- Alo Liliweri. (1992). *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Alonso, & Oiarzabal, P. (2010). *Diasporas in The New Media Age: Identity, Politics, and Community*. Las Vegas: Nevada University Press.
- Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Azwar, S. (2013). *Sikap dan Perilaku Dalam: Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bajari, A. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi, prosedur, tren dan etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Chaplin, & P, J. (2009). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta : Rajawali Press.
- Effendy, Onong Uchjana, M.A. (2003). *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Latief, R. (2018). *Word of mouth communication: Penjualanproduk*. . Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Mowen, J. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Rakhmat. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Sabri. (2010). *Psikologi Pendidikan berdasarkan Kurikulum Nasional*. Jakarta : Pedoman Ilmu Raya.
- Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metodologi penelitian: lengkap, praktis, dan mudah dipahami* (cet. ke-1). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Jurnal:

Ball-Rokeach SJ, DeFleur ML. (1976). *A Dependency Model of Mass-Media Effects. Communication Research*.3(1):3-21. doi:10.1177/009365027600300101

Goyette, et al, (2010), E-Wom : Word of Mouth Measurement Scale for E-Service Context,. *Journal of Administrative Sciences*, Volume 27: 5-23.

Hanifah, N., Herdiana, I., & Ardi, R. (2021). *Determinants of Vaccine Hesitancy in Indonesia: A Scoping Review. Makara Human Behavior Studies in Asia*, 25(1), 3-11. <https://doi.org/10.7454/hubs.asia.3140920>

Harapan Harapan, Noelle Shields, Aparna G. Kachoria, Abigail Shotwell, Abram L. Wagner. (2021). Religion and Measles Vaccination in Indonesia, 1991–2017. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2020.07.029>.

Jacobson RM, St Sauver JL, Finney Rutten LJ. (2015). *Vaccine Hesitancy*. *Mayo Clin Proc*. Nov;90(11):1562-8. doi: 10.1016/j.mayocp.2015.09.006.

Joesyiana. (2018). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEDIA ONLINE SHOP SHOPEE DI PEKANBARU. *Jurnal Valuta*.

Kusumasari. (2015). LINGKUNGAN SOSIAL DALAM PERKEMBANGAN PSIKOLOGIS ANAK. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*.

MacDonald, N. E. (2015). *Vaccine hesitancy: Definition, scope and determinants.. Vaccine*, 33(34), 4161–4164. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2015.04.036>.

Paek, Hye-Jin & Shin, Kyung-Ah & Park, Kisoo. (2015). Determinants of caregivers' vaccination intention with respect to child age group: A cross-sectional survey in South Korea. *BMJ open*. 5. e008342. 10.1136/bmjopen-2015-008342.

- Piltch-Loeb, Rachael & Savoia, Elena & Goldberg, Beth & Hughes, Brian & Verhey, Tanner & Kayyem, Juliette & Miller-Idriss, Cynthia & Testa, Marcia. (2021). Examining the effect of information channel on COVID-19 vaccine acceptance. *PLOS ONE*. 16. e0251095. 10.1371/journal.pone.0251095.
- Prasetyo, i. J. (2016). Pengaruh Pemberitaan Media Massa Terhadap Kredibilitas Pemimpin Simbolik Keagamaan. *Jurnal Komunikasi* , 159-169.
- Rachman, & Abadi. (2017). KOMUNIKASI WORD OF MOUTH DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK Bangkalan. *Jurnal ASPIKOM* , 285-295
- Rohmayati. (2018). *Pengaruh Intensitas Menonton Program Tayangan Berita Islam Masa Kini (BERIMAN) di Trans TV terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Yogyakarta: Universitas Sunan Kali Jaga.
- Saragih. (2018). MEDIA MASSA DAN JURNALISME: Kajian Pemaknaan Antara Media Massa Cetak dan Jurnalistik. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*.
- Yasir, Ammar & Rauf, Abdul & Ahmad, Munir. (2020). Modeling Impact of Word of Mouth and E-Government on Online Social Presence during COVID-19 Outbreak: A Multi-Mediation Approach.
- Yufika Amanda, Abram Luther Wagner, Yusuf Nawawi, Nur Wahyuniati, Samsul Anwar, Fitria Yusri, Novi Haryanti, Nanda Putri Wijayanti, Rizal Rizal, Devi Fitriani, Nurul Fadhlia Maulida, Muhammad Syahriza, Ikram Ikram, Try Purwo Fandoko, Muniati Syahadah, Febrivan Wahyu Asrizal, Alma Aletta, Sotianingsih Haryanto, Kurnia Fitri Jamil, Mudatsir Mudatsir, Harapan Harapan. (2020). *Parents' hesitancy towards vaccination in Indonesia: A cross-sectional study in Indonesia*. *Vaccine*, Volume 38, Issue 11, <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2020.01.072>

Internet:

- Alfons, M. (2021). Survei Median Ungkap 45,7% Responden Tolak Divaksinasi, Ini Alasannya. Detik.com. <https://news.detik.com/berita/d-5716489/survei-median-ungkap-457-responden-tolak-divaksinasi-ini-alasannya>.
- Akbar. (2019). Ten Threats to Global Health in 2019. Who.int. <https://www.who.int/news-room/spotlight/ten-threats-to-global-health-in-2019>
- Arbar, T. (2021). Sah! Kasus Aktif Covid-19 RI Tertinggi di Asia, Lampau India. Cnbcindonesia.com. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210202150355-37-220497/sah-kasus-aktif-covid-19-ri-tertinggi-di-asia-lampau-india>.
- Arnani, M. (2021). 8 Jenis Vaksin yang Digunakan di Indonesia, Apa Saja?. Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/10/160500265/8-jenis-vaksin-covid-19-yang-digunakan-di-indonesia-apa-saja-?page=all>
- Dihin, V.A. (2022). Survei Indikator: Responden 22-25 Tahun Terbanyak Tak Setuju Program Vaksinasi Booster. Katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/survei-indikator-responden-22-25-tahun-terbanyak-tak-setuju-program-vaksinasi-booster>
- Dable. (2020). Dable terbitkan “Laporan tentang Tren Konsumsi Media di Indonesia” akibat COVID-19. Dable.io. http://dable.io/id/dable-press_id/
- Habibie, N. (2021). Sepertiga Warga DKI Jakarta Masih Khawatir akan Vaksin Covid-19. Merdeka.com. <https://www.merdeka.com/jakarta/sepertiga-warga-dki-jakarta-masih-khawatir-akan-vaksin-covid-19.html>
- Hana, O. (2021). Ternyata 25 Persen Warga Masih Tak Percaya Vaksin Covid-19 Aman. Kapar24.com. <https://kabar24.bisnis.com/read/20210324/15/1371837/ternyata-25-persen-warga-masih-tak-percaya-vaksin-covid-19-aman>.
- Aida, N. (2021). BPOM terbitkan izin penggunaan darurat Vaksin Covid-19 sinovac. Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/15/093000565/bpom-terbitkan-izin-penggunaan-darurat-vaksin-covid-19-sinovac-apa?page=all>

- Kurnia, Dita. 2013. Pengaruh Iklan dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Negeri Padang Atas Kartu Perdana Im3. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/viewFile/530/301>.
- Madrim, S. (2021). Survei Indikator: 41 Persen Masyarakat Enggan Divaksin. Voaindonesia.com. <https://www.voaindonesia.com/a/survei-indikator-41-persen-masyarakat-enggan-divaksin/5786694.html>
- Maulidia, S. (2021). Pola Konsumsi Masyarakat Dalam Mengakses Berita Saat Pandemi. Bpptik.kominfo.go.id. <https://bpptik.kominfo.go.id/2021/07/23/9088/pola-konsumsi-masyarakat-dalam-mengakses-berita-saat-pandemi/>
- Nielsen, (2015). Rekomendasi word-of-mouth masih menjadi iklan paling dipercaya oleh konsumen asia tenggara. Nielsen.com. <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2015/rekomendasi-word-of-mouth-masih-menjadi-iklan-paling-dipercaya-oleh-konsumen-asia-tenggara/>
- Nurita, D. (2021). Jokowi Umumkan Kelanjutan PPKM Level 4 Malam Ini: Akan Ada Penyesuaian. Tempo.co. <https://nasional.tempo.co/read/1492671/jokowi-umumkan-kelanjutan-ppkm-level-4-malam-ini-akan-ada-penyesuaian>
- Purbaya, A. (2021). Target Vaksinasi COVID-19 RI 181,5 Juta Orang, Begini Tahapannya. DetikHealth.com. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5354167/target-vaksinasi-covid-19-ri-1815-juta-orang-begini-tahapannya>
- Putri, G. (2020). WHO Resmi Sebut Virus Corona-19 sebagai Pandemi Global. Kompas.com <https://www.kompas.com/sains/read/2020/03/12/083129823/who-resmi-sebut-virus-corona-covid-19-sebagai-pandemi-global?page=all>