

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afif. (1987). *Manajemen Personalia*. Ghalia Indonesia.
- Belch, George E., M. A. B. (2003). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective* (Fourth Edi). McGraw Hill.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Prenadamedia.
- Dellarocas, C. (2003). *The Digitization of Word Of Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms*. Management Science.
- Ferdinand, A. (2014). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mowen, J. C. & M. M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Neuman, W. L. (2013). *Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches. Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*.
- Peter, J. Paul, and Jerry C. Olson. 2010. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. 9th ed. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Sekaran, Uma & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach Seventh Edition*. John Wiley & Sons Ltd.
- Silverman, G. (2001). *The Secret of Word Of Mouth Marketing: How to Trigger Exponential Sales Through Runaway Word Of Mouth*. AMACOM
- Soeitoe, S. (1982). *Psikologi Pendidikan Jilid 2*. Jakarta: FEUI

Jurnal

- Anderson, C. (2024). Pengaruh Intensitas Menonton Adegan Makanan Korea Drama Itaewon Class Terhadap Minat Beli Kuliner Korea Mahasiswa Universitas Pelita Harapan. *Repository Uph*.
<http://repository.uph.edu/id/eprint/60411>
- Anisa, -, R. R., & Nurul Chamidah. (2022). Pengaruh *Word Of Mouth* Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Jurnal Komunikasi Pemberdayaan, 1(2), 131–143.
<https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.230>

Asnawati, Nadir, M., Wardhani, W., & Setini, M. (2022). The effects of perceived ease of use, electronic *Word Of Mouth* and content marketing on purchase decision. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 81–90.
<https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.001>

Gema Indonesia. (2023). Pengaruh Electronic *Word Of Mouth* di Media Sosial Instagram terhadap Minat beli Konsumen Sisi Barat Coffee Bogor Tahun 2022. *Repository Unas*

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

Qualitoaji, S. M., Gono, J. N., & Hasfi, N. (2022). Pengaruh Terpaan Hoaks Vaksin Covid-19 Dan E-*Word Of Mouth* Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Vaksin Covid-19. *Interaksi Online*, 1–8.
<https://www.fisip.undip.ac.id>

Rahmat Pambudi. (2022). Pengaruh Terpaan Electronic *Word Of Mouth* Melalui Tech Reviewer YouTube (GadgetIn) dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Realme. *Interaksi Online*, 10.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/34589>

Rahmania, T. (2020). Pengaruh Terpaan Berita Tentang Kebocoran Data Pengguna Tokopedia dan Aktivitas *Word Of Mouth* Terhadap Tingkat Kepercayaan Dalam Menggunakan Tokopedia. *Interaksi Online*.
<https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/8874/>

Song, M. C., & Prof. Yu-li Liu. (2021). The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China. 23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Digital Societies and Industrial Transformations: Policies, Markets, and Technologies in a Post-Covid World", Online Conference

T. Salsabila, A. Nugroho, and N. S. U. (2022). Hubungan Intensitas Menonton Review Beauty Vlogger dan Intensitas Komunikasi Peer Group dengan Sikap Remaja Menggunakan Produk Kecantikan. *Interaksi Online*, 10.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/34697>

Wina Natsya Saragih. (2023). Pengaruh Intensitas Menonton Konten Kreator Satwa Liar di YouTube dan Tingkat Pengetahuan Mengenai Satwa Liar Terhadap Sikap Masyarakat Pada Kepemilikan Satwa Liar Sebagai Peliharaan. *Interaksi Online*. <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/13307/>

Rahmiaji, L. R., & Pradekso, T. (2021). Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador Dan Intensitas Komunikasi Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Bertransaksi Di Lazada. *Interaksi Online, Volume 10(1)*, 13–23. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/32655>

Internet

Adi Ahdiat. (2023). *Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Januari-September 2023)*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain> diakses pada 21 Oktober 2023 Pukul 08.00 WIB

Anindita Thrinoviana. (2023). *Riset Populix: Shopee Live Jadi Fitur Live Streaming Terpopuler untuk Belanja Online*. INews,Id. <https://www.inews.id/finance/bisnis/riset-populix-shopee-live-jadi-fitur-live-streaming-terpopuler-untuk-belanja-online/3> diakses pada 1 Juli 2023 Pukul 20.00 WIB

Award, T. B. (n.d.). *Komparasi Brand Index*. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=540 diakses pada 13 Juni 2023 Pukul 21.00 WIB

Cindy Mutia Annur. (2023). *Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?* Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>, diakses pada 6 Mei 2023 Pukul 10.30 WIB

Google, Temasek, B. & C. (2023). Reaching new heights: Navigating the path to profitable growth. In *e-conomy SEA*. https://services.google.com/fh/files/misc/e_conomy_sea_2023_report.pdf, diakses pada September 2023 Pukul 08.00 WIB

Kredivo dan Katadata Insight Center. (2023). *Laporan Perilaku Konsumen e-*

- Commerce Indonesia 2023*. 1–102.
<https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2023/06/14/laporan-perilaku-konsumen-e-commerce-indonesia-2023> diakses pada 5 Juli 2023 Pukul 20.00 WIB
- Muhamad, N. (2023). *10 Provinsi dengan Usaha E-Commerce Terbanyak 2022*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/09/29/10-provinsi-dengan-usaha-e-commerce-terbanyak-2022> diakses pada 5 Juli 2023 Pukul 19.00 WIB
- R.R. Donnelley & Sons Company. (2021). *Survey: Word Of Mouth outpaces social media, TV ads*. Advanced Television. <https://advanced-television.com/2021/10/07/survey-word-of-mouth-outpaces-social-media-tv-ads/> diakses pada 2 Juli 2023 Pukul 19.00 WIB
- Snapcart. (2023). *Memasuki Bulan Ramadan, E-Commerce Mana Yang Unggul Jadi No.1 Pilihan Pengguna?* Snapcart. <https://snapcart.global/memasuki-bulan-ramadan-e-commerce-mana-yang-unggul-jadi-no-1-pilihan-pengguna/> diakses pada 13 Juni 2023 Pukul 20.00 WIB
- Nadia Khadijah Putri. (2023). *Lazada Indonesia Resmi Punya CEO Baru, Ini Rekam Jejak James Chang*. WartaEkonomi.Co.Id. <https://wartaekonomi.co.id/read506093/lazada-indonesia-resmi-punya-ceo-baru-ini-rekam-jejak-james-chang> diakses pada 15 juni 2023 pukul 10.00 WIB
- Adi Ahdiat. (2023). *Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Januari-September 2023)*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain> diakses pada 13 juni 2023 pukul 14.00 WIB
- Anindita Thrinoviana. (2023). *Riset Populix: Shopee Live Jadi Fitur Live Streaming Terpopuler untuk Belanja Online*. INews,Id. <https://www.inews.id/finance/bisnis/riset-populix-shopee-live-jadi-fitur-live-streaming-terpopuler-untuk-belanja-online/3> diakses pada 15 juni 2023 pukul 15.00 WIB

- Award, T. B. (n.d.). *Komparasi Brand Index*. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=540 diakses pada 16 juni 2023 pukul 16.00 WIB
- Cindy Mutia Annur. (2023). *Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?* Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as> diakses pada 16 juni 2023 pukul 20.00 WIB
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2022). *Indonesia E-conomy SEA 2022 Report, Through the Waves, Towards a Sea of Opportunity*. Google, 1–16. https://services.google.com/fh/files/misc/indonesia_e_economy_sea_2022_report.pdf diakses pada 17 juni 2023 pukul 10.00 WIB
- Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Diponegoro, U. (2023). *PENGARUH DAYA TARIK BRAND AMBASSADOR DAN TINGKAT PENGETAHUAN PESAN IKLAN HEAD & SHOULDERS TERHADAP MINAT BELI PRODUK HEAD & SHOULDERS*. diakses pada 12 juni 2023 pukul 10.00 WIB
- Iprice Insight. (2023). *The Map Of E-Commerce in Indonesia*. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/> diakses pada 13 juni 2023 pukul 10.00
- Irene Yustika Lintin. (2023). *Harbolnas 12.12: Data Penjualan FMCG Capai Rp279 Miliar di Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli!* *Compas.Co.Id*. <https://compas.co.id/article/harbolnas-12-12-fmcg-di-ecommerce/> diakses pada 28 Maret 2024 pukul 10.00
- Khoirul Anam. (2024). *Peta Persaingan E-Commerce 2023, UMKM Banyak Merapat Kemana?* *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240118010809-37-506783/peta-persaingan-e-commerce-2023-umkm-banyak-merapat-kemana> diakses pada 28 Maret 2024 pukul 11.00

Kredivo dan Katadata Insight Center. (2023). *Laporan Perilaku Konsumen e-Commerce Indonesia 2023*. 1–102.

<https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2023/06/14/laporan-perilaku-konsumen-e-commerce-indonesia-2023> diakses pada 20 Juli 2023 pukul 10.00