

## Daftar Pustaka

- (Aprilia Sari & Azizah, 2021) Pengaruh Indikator Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Buying Decision Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Shopee Di Kota Surabaya). In *Jabeistik : Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik* (Vol. 1, Issue 1).
- (Purbohastuti & Hidayah, 2020) Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46.  
<https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- (Wisnu Wardhana Et Al., N.D.2021). *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Zalora Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi*.  
[www.zalora.co.id](http://www.zalora.co.id),
- (Christea & Chairun Nisa, 2022) Pengaruh Advertising Disclosure Language Terhadap Minat Beli Produk Beauty And Fashion Di Instagram Dengan Source Credibility Sebagai Variabel Intervening The Influence Of Advertising Disclosure Language In Buying Intention Of Beauty And Fashion Products On Instagram With Source Credibility As Intervening Variable. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (Jmo)*, 13(1), 12–22.
- (Afifah Et Al., N.D.2022). *Pengaruh E-Wom Of Reference Group Dan Instagram Pengaruh Terhadap Citra Merek Wardah Dan Maybelline Lulu*

*Islami Nur Afifah<sup>1</sup> Frederik G. Worang<sup>2</sup> Fitty Valdi Arie<sup>3</sup>.*  
[Www.Onlinedoctranslator.Com](http://www.onlinedoctranslator.com)

(Napawut Et Al., 2022) The Mediating Effect Of E-Wom On The Relationship Between Digital Marketing Activities And Intention To Buy Via Shopee. In *Native Speaker (Np) Program, Ammartpanichanukul School* (Vol. 2, Issue 2).

(Kristia, 2021) Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm Dm-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 9. <https://Covid19.Go.Id/>

(Lopes Et Al., 2022) Digital Content Marketing: Conceptual Review And Recommendations For Practitioners. In *Academy Of Strategic Management Journal* (Vol. 21, Issue 2).

(Widianingrum & Alamsyah, 2019) Pentingnya Kualitas Website Dalam Meningkatkan Perilaku Pembelian Konsumen Secara Online. In *Jurnal Sain Manajemen* (Vol.1, Issue1).  
[Http://Ejurnal.Univbsi.Id/Index.Php/Jsm/Index](http://Ejurnal.Univbsi.Id/Index.Php/Jsm/Index)

(Giyani A'yuni Et Al., N.D.2021) Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Masyarakat The Effect Of User Interface Of Shopee Application To People's Buying Interest.

(Sangen Et Al., 2018) Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, Dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin. In *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*

(Jsmk)(Vol.2,Issue1).

[Http://Ppjp.Ulm.Ac.Id/Journal/Index.Php/Jsmk](http://Ppjp.Ulm.Ac.Id/Journal/Index.Php/Jsmk)

(Diana & Poernamawati, N.D.2019)*Analisis Dimensi Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Kunjungan Pada Obyek Wisata Di Malang Raya.*

(Hiola, 2022)Peran Brand Image Memoderasi Electronic Word Of Mouth (E- Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Gorontalo. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(3), 389–398.  
[Https://Doi.Org/10.36418/Jiss.V3i3.562](https://doi.org/10.36418/jiss.v3i3.562)

Handika Wisnu Wardhana (2021)*Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Zalora Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi.*  
[Http://Fe.Unsri@Unsri.Ac.Id](http://fe.unsri@unsri.ac.id)

(Ferdian Et Al., N.D.2021)*Pengaruh E-Promotion Dan User Interface Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang).*

(Aeni Et Al., N.D.2022). Pengaruh Promosi Media Sosial, Harga Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Skincare Ms Glow. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif*(Vol.05,Issue3).  
[Http://Www.Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/Jpk](http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/jpk)

(Rose et al., 2020) *Brand Image of Interest in Buying Current Coffee Consumers in Jakarta* (Vol. 2, Issue 1). <http://journal.neolectura.com/index.php/>

(Laksmi & Oktafani, 2016) Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal. *Jurnal Computech & Bisnis*, 10(2), 78–88. [www.Dailysocial.Id](http://www.Dailysocial.Id)

(Fadhli, 2021) Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. (2021). *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol 02, No 02.

(E,Budiman et al., n.d.2022) Pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Merek pada Niat Membeli. <https://doi.org/10.37178/ca-c.23.1.395>