

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (p. 235). CV. Syakir Media Press.
- Ahmad, R., & Febrina, D. (2018). Motif Melakukan Electronic Word of Mouth oleh Konsumen. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 1–13. Diakses pada 4 Februari 2023, dari http://eprints.kwikkiangie.ac.id/3320/3/bab_2.pdf <https://doi.org/10.35814/coverage.v8i2.585>
- Amalia, A. M. C. (2020). *Apa itu Brand Equity?* (Binus, 2020). Diakses dari <https://binus.ac.id/malang/public-relations/2020/12/04/apa-itu-brand-equity/>
- Anwar, F. (2021). *Tambah 6.808, Total Kasus Aktif COVID-19 RI Ada 147.197 Per 3 Maret*. Diakses pada 5 Mei 2021, dari <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5479553/tambah-6808-total-kasus-aktif-covid-19-ri-ada-147197-per-3-maret>
- Ayu Rizaty, M. (2022). *Pengguna Instagram di Indonesia Bertambah 3,9 Juta pada Kuartal IV-2021*. Diakses pada 26 Februari 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>
- Barkatullah, A. H. (2007). Urgensi Perlindungan Hak-hak Konsumen. *Jurnal Hukum*, 14(2).
- Bonita, A. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli konsumen pada PT.Oriflame Medan. *Universitas Medan Area*.
- Danibrata, A. (2011). Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Brand Equity Pada Sebuah Bank Pemerintah Di Jakarta. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*,

13(1).

Defianti, I. (2020). *HEADLINE: Jakarta Terapkan PSBB Corona 10 April, Bagaimana Penerapannya?* - *News Liputan6.com*. Diakses pada 4 Maret 2021, dari <https://www.liputan6.com/news/read/4221404/headline-jakarta-terapkan-psbb-corona-10-april-bagaimana-penerapannya>

Dika, C. (2021). *Kisah sukses Felicya Angelista Membangun Bisnis Scarlet Whitening*. Diakses pada 13 Mei 2022, dari <https://hits.zigi.id/kisah-sukses-felicya-angelista-membangun-bisnis-scarlet-whitening-1677>

Dwinita, A. (2020). *Efektivitas electronic word of mouth dalam menciptakan brand awareness Snazzy Boom melalui Instagram*. Bachelor thesis, Universitas Pelita Harapan.

Feni, M. (2017). Triangulasi Teknik. *Repository*, 51–63. Diakses pada 28 November 2022, dari [http://repository.stei.ac.id/4853/3/BAB 3.pdf](http://repository.stei.ac.id/4853/3/BAB%203.pdf)

Fitriatus Shalihah, N. (2021,). *Sejarah Instagram dan Cerita Awal Peluncurannya... Halaman all* - *Kompas.com*. Diakses pada 6 April 2022, dari <https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-cerita-awal-peluncurannya?page=all#page2>

Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado e-Mail: Hendrafure@yahoo.Com, 1(3)*.

Halim, Y. I. (2020). *Pengaruh Electronic Word Mouth (EWOM), kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen pengguna JD.ID*. Bachelor thesis, Univeritas Pelita Harapan.

- Hapsari, N. retno, Lubis, N., & Widiartanto. (2014). *Pengaruh pengaruh atribut produk wisata dan electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan berkunjung pada obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 3(4).
- Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Roushandy Asri Fardani, S.Si., M. P., Jumari Ustiawaty, S.Si., M. S., Evi Fatmi Utami, M.Farm., A., Dhika Juliana Sukmana, S.Si., M. S., & Ria Rahmatul Istiqomah, M. I. K. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. In Pustaka Ilmu.
- Irmawartini. (2017). *Metodologi Penelitian: Metodologi penelitian Skripsi*. Diakses pada 28 November 2022, dari http://bppsdmk.kemkes.go.id/pusdiksdmk/wp-content/uploads/2017/11/Daftar-isi-Metodologi-Penelitian_k1_restu.pdf
- Istiqomah, M. M. (2022). *4 Hal yang Orang Sukai dari Instagram, Merasakannya Juga?*. Diakses pada 11 Oktober 2022, dari <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2022/06/18/140320/4-hal-yang-orang-sukai-dari-instagram-merasakannya-juga>
- Jonathan, V. (2021). *Kajian Pustaka E-WOM*. Diakses pada 4 Februari 2023, dari http://eprints.kwikkiangie.ac.id/3320/3/bab_2.pdf
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management*. In Journal of Brand Management (Vol. 5, Issue 6)
- Kresna. (2019, June 20). *Pengujian Transferability (skripsi dan tesis)* . Diakses pada 12 Oktober 2022, dari <https://konsultaskripsi.com/2019/06/20/pengujian-transferability-skripsi-dan-tesis/>
- Leung, K. H., Lee, C. K. M., & Choy, K. L. (2020). An integrated online pick-to-sort

order batching approach for managing frequent arrivals of B2B e-commerce orders under both fixed and variable time-window batching. *Advanced Engineering Informatics*, 45. Diakses dari <https://doi.org/10.1016/j.aei.2020.101125>

Makki, S. (2020). *Tren dan Peluang Industri E-Commerce di Indonesia 2020*. CNN Indonesia. Diakses pada 4 Maret 2022, dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200205204206-206-472064/tren-dan-peluang-industri-e-commerce-di-indonesia-2020>

Martín, M. Á. G., Cuevas, J. G., & Soriano, D. R. (2008). Entrepreneurship and business: A regional perspective. In *Entrepreneurship and Business: A Regional Perspective*. Diakses dari <https://doi.org/10.1007/978-3-540-70902-2>

Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. Diakses dari <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>

Palinggi, S., & Limbongan, E. C. (2020). Pengaruh Internet Terhadap Industri E-Commerce dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan di Indonesia. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNASRISTEK)*, 4(1), 225–232. Diakses dari <http://www.proceeding.unindra.ac.id/index.php/semnasristek2020/article/view/2543>

Paludi, S. (2017). ANALISIS PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) TERHADAP CITRA DESTINASI, KEPUASAN WISATAWAN, DAN LOYALITAS DESTINASI PERKAMPUNGAN BUDAYA BETAWI (PBB) SETU BABAKAN JAKARTA SELATAN. *Journal of Marketing*, 5(1).

- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, X(2).
- Pamungkas, P. A. (2021). *Etika dalam Media Sosial* | *kumparan.com*. Diakses pada 1 Mei 2021, dari <https://kumparan.com/prasetya-adi-pamungkas/etika-dalam-media-sosial-1ved7VJO69f>
- Paryadi, D. (2018). PENGAWASAN E COMMERCE DALAM UNDANG-UNDANG PERDAGANGAN DAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 48(3). <https://doi.org/10.21143/jhp.vol48.no3.1750>
- Pradistya, R. M. (2021, February 10). *Teknik Triangulasi dalam Pengolahan Data Kualitatif*. Diakses pada 28 November 2022, dari <https://www.dqlab.id/teknik-triangulasi-dalam-pengolahan-data-kualitatif>
- Pratama, A. M. (2020). *Pengguna Internet Indonesia hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang*. Diakses pada 4 Maret 2021, dari <https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>
- Rahayu, P., & Edward, M. (2014). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartfren Andromax (Studi Pada Mahasiswa Kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya). *Universitas Negeri Surabaya*, 1(1).
- Rezkia, S. M. (2020, September 11). *Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif*. Diakses pada 28 November 2022, dari <https://www.dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data>

- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif*. 17(33), 81–95.
- Riyadi, H. (2022, June 10). *Pengertian Instagram Beserta Sejarah dan Fungsinya (Lengkap)*. Nesaba Media. Diakses pada 14 Agustus 2022, dari <https://www.nesabamedia.com/pengertian-instagram/>
- Rosa, N. (2022, January 9). *Penelitian: Definisi, Ciri-ciri, hingga Macamnya*. Diakses pada 5 Oktober 2022, dari <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5890769/penelitian-definisi-ciri-ciri-hingga-macamnya>
- Rustan, A. S., & Hakki, N. (2017). Pengantar Ilmu Komunikasi- Google Buku. In *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Saleh, S. (2017). ANALISIS DATA KUALITATIF. *Analisis Data Kualitatif*, 180. Diakses pada 5 Oktober 2022, dari <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Septalisma, B. (2020). *Belanja Online Naik 400 Persen Saat Musim Corona*. CNN Indonesia. Diakses pada 4 Maret 2021, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200707172450-92-521925/belanja-online-naik-400-persen-saat-musim-corona>
- Sondak, S. H., Taroreh, R. N., & Uhing, Y. (2019). Faktor-Faktor Loyalitas Pegawai Di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 671–680.
- Suryani, I. (2017). Pengelolaan Perpustakaan Sekolah Sebagai Sumber Belajar Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Gentala Pendidikan Dasar*, 2(2). Diakses pada 1 Mei 2021, dari <https://doi.org/10.22437/gentala.v2i2.6812>
- Sutiani, L. (2022, September 16). *Top 10 Brand Serum Wajah Terlaris 2022 di E-Commerce: Scarlett Duduki Peringkat 1*. Diakses pada 16 November 2022, dari

<https://compas.co.id/article/serum-wajah-terlaris-2022/>

Suyanto, M. (2003). Top, Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Dunia. *PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta, September.*

Tjitrahardja, E. (2018). *Analisis e-wom di akun instagram @Bersuka beserta para followers-nya dalam mempopulerkan budaya dan minat membaca.* Masters thesis, Universitas Pelita Harapan.

Treisyela Dini, G. (2021, December 1). *Scarlett Whitening Sukses Menjadikan Akun Instagramnya Sebagai Wadah Pemasaran.* Diakses pada 2 Mei 2022, dari <https://www.kompasiana.com/gabrielle/61a670e2259d5c622e2ee552/scarlett-whitening-sukses-menjadikan-akun-instagramnya-sebagai-wadah-pemasaran?page=all#sectionall>

