

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arikunto, S.. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Clow, K. E., & Baack, D.. (2013). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Prentice Hall.
- Creswell, J. W.. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Goldsmith, R.. (2008). *Electronic Word-of Mouth, E-Commerce*. Idea Group Reference Global.
- Harahap, N.. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Repository Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Kotler, P.. (2005). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, L. K.. (2010). *Marketing Management*. Pearson.
- Kriyantono, R.. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group.
- Rangkuti, F.. (2010). *Spiritual Leadership In Business*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soemanagara. (2012). *Strategic Marketing Communication*. Alfabeta.
- Strauss, A., & Corbin, J.. (2003). *Penelitian Kualitatif*. Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F.. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Andi Offset.

Jurnal:

- Abd-Elaziz, M. E., Aziz, W. M., Khalifa, G. S. A., & Ma'youf, M. A. A.. (2015). *Determinants of Electronic Word of Mouth (Ewom) Influence On Hotels*

- Customers' Purchasing Decision*. Journal of Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University, 9(2/2) 194-223.
- Cheung, C. M., & Thadani, D. R.. (2010). *The Effectiveness of Electronic Word-of-Mouth*. Communication: A Literature Analysis.
- Christy, C. C.. (2022). *Fomo di Media Sosial dan E-Wom: Pertimbangan Berbelanja Daring pada Marketplace*. Jurnal Studi Komunikasi, 6(1), 331-357.
- Dakhra, F.. (2015). Persepsi Mahasiswa Universitas Bakrie (Non Minang) terhadap Budaya Minang dalam Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck. (Doctoral dissertation, Bakrie University).
- Deviacita, Q. A.. (2022). *Use of Electronic Word of Mouth in Promoting Jafra Multi Level Marketing Business*. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding, 9(3), 436-446
- HA, S., Daud, I., & Rosa, A. (2019). Pengaruh Trustworthiness, Expertise Dan Attractiveness Celebrity Endorser Di Instagram Terhadap Purchase Intention.... J. Ilm. Manaj. Bisnis Dan.
- Hariono, L.. (2018). Apakah *E-Wom (Electronic Word of Mouth)* Bisa Mengalahkan *Wom (Word of Mouth)* dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner. Competence: Journal of Management Studies, 12(1).
- Hasna, S. & Irwansyah, I.. (2019). *Electronic Word of Mouth* Sebagai Strategi *Public Relation* di Era Digital. Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(1), 18-27.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N.. (2012). *The Impact of Electronic Word of Mouth On A Tourism Destination Choice: Testing The Theory of Planned Behavior (TPB)*. Internet research, 22(5), 591-612.
- Mardiyanto, D. & Giarti G.. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran *Merchandise* di Kedai Digital 8 Solo). Jurnal Ilmiah Edunomika, 3(1), 60-66.
- Nainggolan, J. B., & Kuswanto, A.. (2021). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* di Media Sosial terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Kompensasi (Upah/Benefit) pada Produk Oriflame (Studi pada *Member Multi Level Marketing* Oriflame dalam Komunitas M3network Medan). eProceedings of Management, 8(2).

- Pedersen, S. T., Razmerita, L., & Colleoni, E.. (2014). *Electronic Word-of-Mouth Communication and Consumer Behaviour-An Exploratory Study of Danish Social Media Communication Influence*. LSP Journal-Language for Special Purposes, Professional Communication, Knowledge Management and Cognition, 5(1).
- Putri, I. F. P.. (2021). Analisis Pengaruh *Social Network Marketing* dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Konsumen *Online Shop Hijabku* di Kota Gresik). (Doctoral dissertation, UPN" Veteran'jawa Timur).
- Rahmawaty, A.. (2014). *Bisnis Multilevel Marketing* dalam Perspektif Islam. *Equilibrium Pascasarjana Stain Kudus*, 2(1), 1-82.
- Septiana, N., & Firdaus, M.. (2018). Strategi Komunikasi Persuasif *Personal Selling* Anggota Paytren dalam Melakukan *Network Marketing* di Pekanbaru. (Doctoral dissertation, Riau University).
- Setiawan, A.. (2017). *Multi Level Marketing (MLM)* dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Lampung: IAIN Metro.
- Sinaga, B. A., & Sulistiono, S.. (2020). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Beli pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79-94.
- Steffes, E. M., & Burgee, L. E.. (2009). *Social Ties and Online Word of Mouth*. *Internet research*, Vol. 19, No. 1, 42-59.
- Susilawati, S.. (2016). Analisis Keefektifan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Kota Sukabumi. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 63-73..
- Widoyoko, E. P.. (2012). Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. *Pustaka Pelajar*, 15(1), 1-22.
- Widyanto, A., Sunarti. S., & Pangestuti E.. (2017). Pengaruh *E-WOM* di Instagram terhadap Minat Berkunjung dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Hawaii Waterpark Malang). (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Yona, S.. (2006). Penyusunan Studi Kasus. Jurnal Keperawatan Indonesia, 10(2), 76-80.

Web:

<https://id.oriflame.com/>

<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/07/pengertian-komunikasi-word-of-mouth-wom.html>