

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliasari, et al. Electronic word-of-mouth (e-WOM) dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di restoran dan kafe di Surabaya.
- Arfiyani, G. (2023). Hubungan kepercayaan (trust) dengan kepuasan hubungan romantis pada emerging adulthood yang berpacaran di Yogyakarta.
- Asbahar. (2023). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap kepercayaan dan minat beli di Tokopedia.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). *Laporan Survei Internet Indonesia 2023*. Diakses dari <https://apjii.or.id>
- Badan Pusat Statistik. (2023). Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kota Yogyakarta. Diakses pada 25 Oktober 2024, dari <https://jogjakota.bps.go.id/id/statisticstable/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-yogyakarta.html?year=2023>
- Badan Pusat Statistik. Profil BPS. Diakses dari <https://jogjakota.bps.go.id/id>
- Daymon, C., & Holloway, I. (2008). Metode-metode riset kualitatif dalam public relations & marketing communications. Bentang.
- Firmansyah, M. A. (2020). Komunikasi pemasaran. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., et al. (2010). e-WOM scale: Word-of-mouth measurement for e-services context. *Journal of Administrative Sciences*, 27(5), 5-23.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2021). Komunikasi massa. CV. Penerbit Qiara Media.
- Hamidi, M. S. (2010). Metode penelitian kualitatif: Pendekatan praktis penulis proposal dan laporan penelitian. UMM Pers.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (Sixteenth edition, global edition). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P. (2009). Manajemen pemasaran (Edisi 12). Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi 12). Erlangga.

- Mangold, G. W., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357-365.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>
- Manzilati, A. (2017). *Metode penelitian kualitatif: Paradigma, metode, dan aplikasi*. Universitas Brawijaya Press.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu komunikasi sebagai pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Ningsih, E. R. (2021). *Perilaku konsumen: Pengembangan konsep dan praktek dalam pemasaran* (Cetakan pertama). Idea Press Yogyakarta.
- Okezone Economy. (2018, Maret 23). *Generasi milenial paling sering belanja online*. Okezone.
<https://economy.okezone.com/read/2018/03/23/320/1876819/generasi-milenial-paling-sering-belanja-online>
- Rossanty, Y. (2018). *Consumer behavior in era millennial* (R. Franita, Ed.). Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyo, A., & Hariyanto, W. (2023). *Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan statistika: Teori, implementasi & praktik dengan SPSS*. Andi.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Andi.
- Umar, H. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis*. Rajawali.
- Wijaya, K., & Dwitagama, D. (2011). *Mengenal penelitian tindakan kelas*. PT Indeks.