

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. (2022). FAKTOR REVOLUSI PERILAKU KONSUMEN ERA DIGITAL : SEBUAH TINJAUAN LITERATUR. *JIPIS*, 134-148.
- Alexander, V. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Purchase Intention Product Somethinc di Tiktok Shop. *Bachelor Thesis thesis, Universitas Multimedia Nusantara*.
- Annur, C. M. (2023, Mei 24). *Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?* Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>
- Bawono, A., Isanawikrama, & Kurniawan, Y. J. (2018). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINEPADA SITUS BELANJA ONLINE (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 2(2), 131-144.
- Cahyono, F. D., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH (eWOM) DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten_shokudo). *neliti.com*, 37(1), 148-157. Retrieved from <https://www.neliti.com/publications/87168/analisis-faktor-faktor-pembentuk-electronic-word-of-mouth-ewom-dan-pengaruhnya-t>
- Castellano, S., & Dutot, V. (2017). Investigating the Influence of E-Word-of-Mouth on E-Reputation. *International Studies of Management & Organization*, 47(1), 42-60. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/00208825.2017.1241088>
- Chakraborty, U., & Bhat, S. (2018). The Effects of Credible Online Reviews on Brand Equity Dimensions and Its Consequence on Consumer Behavior. *Journal of Promotion Management*, 24(1), 57-82. doi:10.1080/10496491.2017.1346541
- Cheung, C. M., & Lee, M. K. (2012). What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. *Decision support systems*, 53(1), 218-225. doi:<https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.01.015>
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. GUEPEDIA.

- Databoks. (2023, August 31). *Daftar Mi Instan Paling Populer di Indonesia, Mie Gaga Juara Berapa?* Retrieved from Databoks:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/31/daftar-mi-instan-paling-populer-di-indonesia-mie-gaga-juara-berapa>
- Elmada, M. A., Elmaresa, M. V., Wardhani, S., & Putri, W. A. (2022). Online reputation management with an Electronic word of mouth approach. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(2), 119-128. Retrieved from
<http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- Exsight. (2021, January 22). *Penjelasan Mengenai Uji Korelasi*. Retrieved from Exsight.id: <https://exsight.id/blog/2021/01/22/penjelasan-mengenai-uji-korelasi/>
- Febriani, L. A. (2023, Januari 17). *Mie GAGA, Mie Pedas dengan Berbagai Varian dan Harga Rakyat*. Retrieved from besideus.id:
<https://besideus.id/mie-gaga-mie-pedas-dengan-berbagai-varian-dan-harga-merakyat>
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. SAGE.
- Fitria, R. (2023, Agustus 30). *5 Fakta Mie Gaga yang Disangkutn dengan Indomie*. Retrieved from Detik.com: <https://food.detik.com/info-kuliner/d-6903391/5-fakta-mie-gaga-yang-disangkutn-dengan-indomie/1>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5 ed.). McGraw-Hill Education.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8 ed.). Cengage Learning.
- Halidi, R., & Bahtiar, A. R. (2022, Februari 28). *Brand Lokal Carasun Dituduh Keraahkan Buzzer untuk Serbu Brand Lain, Manajemen Berikan Tanggapan*. Retrieved from Suara.com:
<https://www.suara.com/lifestyle/2022/02/28/143739/brand-lokal-carasun-dituduh-kerahkan-buzzer-untuk-serbu-brand-lain-manajemen-berikan-tanggapan>
- Hidayat, A. (2013). *Uji Normalitas dan Metode Perhitungan (Penjelasan Lengkap)*. Retrieved from Statistikian:
<https://www.statistikian.com/2013/01/uji-normalitas.html>
- Ira, L. (2023, November 23). *Aplikasi Media Sosial yang Populer di Dunia*. Retrieved from Bisnis Tempo.co:
<https://bisnis.tempo.co/read/1800546/mengenal-tiktok-aplikasi-media-sosial-yang-populer-di-dunia>

- Jaya, I. L. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Kardes, F. R., Cronley, M. L., & Cline, T. W. (2011). *Consumer Behavior*. South-Western: Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (12 ed.). Pearson Prentice Hal.
- Maulid, R. (2022, July 20). *Contoh Teknik Analisis Data dalam Uji Homogenitas*. Retrieved from DQLab: <https://dqlab.id/contoh-teknik-analisis-data-dalam-uji-homogenitas>
- Mulyono. (2019, December 2). *Analisis Regresi Sederhana – Management*. Retrieved from BINUS Business School: <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/>
- Nataliya, P. (2015). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA PEMBELAJARAN PERMAINAN TRADISIONAL CONGKLAKUNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERHITUNG PADA SISWA SEKOLAH DASAR. *3*(2), 343-358.
- Natasya, V. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Brand Image Carasun Beauty di Twitter. *Bachelor Thesis, Universitas Multimedia Nusantara*, 69.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson.
- Pentury, L. V., Sugianto, M., & Remiasa, M. (2019). PENGARUH e-WOM TERHADAP BRAND IMAGE DAN PURCHASE INTENTION PADA HOTEL BINTANG TIGA DI BALI. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 26-35.
- Perdana Sitanggang, D. D. (2022, July 28). *Jenis Teknik Pengumpulan Data beserta Pengertian dan Contohnya*. Retrieved from detikcom: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6202830/jenis-teknik-pengumpulan-data-beserta-pengertian-dan-contohnya>
- Prasetyo, T., & Bodroastuti, T. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen (Studi pada Toko Oli Lancar Widodo Semarang). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, 1-17.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. v.
- Putri, V. K. (2022, December 17). *Kompas.com*. Retrieved from Sumber Data Primer dalam Penelitian:

<https://www.kompas.com/skola/read/2022/12/17/130000869/sumber-data-primer-dalam-penelitian>

- Putri, V. K. (2022, January 22). *Mengapa Perilaku Konsumen Penting untuk Dipelajari?* Retrieved from Kompas.com:
<https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/22/120000369/mengapa-perilaku-konsumen-penting-untuk-dipelajari->
- Rahmawati, K. R. (2023, Agustus 2). *Mie Gaga Siapa yang Punya? Ini Dia Orangnyanya*. Retrieved from okezone.com:
<https://economy.okezone.com/read/2023/08/02/455/2856298/mie-gaga-siapa-yang-punya-ini-dia-orangnyanya>
- Rahmawati, K. R. (2023, Agustus 2). *Mie Gaga Siapa yang Punya? Ini Dia Orangnyanya?* . Retrieved from Okezone.com:
<https://economy.okezone.com/read/2023/08/02/455/2856298/mie-gaga-siapa-yang-punya-ini-dia-orangnyanya?page=1>
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rasdin, R., Mulyati, Y., & Kurniawan, K. (2021). Fenomena TikTok sebagai Media Komunikasi Edukasi. *In Seminar Internasional Riksa Bahasa*, 227-235.
- Sabandar, S. (2023, August 31). *Ramai Mie Gaga vs Indomie, Kisah Perjalanan Mi Instan yang Penuh Dinamika*. Retrieved from Liputan6.com:
<https://www.liputan6.com/regional/read/5384954/ramai-mie-gaga-vs-indomie-kisah-perjalanan-mi-instan-yang-penuh-dinamika>
- Sarjana, N. (2023, July 26). *Definisi Data Sekunder dan Cara Memperolehnya*. Retrieved from Detik: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6843072/definisi-data-sekunder-dan-cara-memperolehnya>
- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 71-75.
- Sugiyono, P. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumer, S. I., & Parilti, N. (2023). *Social Media Analytics in Predicting Consumer Behavior*. CRC Press, Taylor & Francis Group.
- Thurau, T. H., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-52.

- Tobing, A., & Sulaiman, S. (2021, November). Health Science and Rehabilitation Journal. *Hubungan Antara Postur Tubuh Terhadap Keseimbangan Statis Pada Lansia Di Klinik Spesialis Pelita Perdagangan, 1(1)*.
- Wibowo, A. S. (2022). Cara Kerja Ilmu Filsafat dan Filsafat Ilmu. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Widiawanti, O., Anom, E., & Iswadi. (2023). Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Referensi Wisata: Studi Kasus Pada Karyawan Indomaret di Jakarta. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, 7(2)*, 37-46.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi, 96-102*.

