

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, F. M. 2020. *Menilik Eksistensi Jumputan di Palembang, Kain Motif Hasil Pencelupan*. [Online] Dari <https://sumsel.idntimes.com/travell/journal/feny-agustin/menilik-eksistensi-jumputan-di-palembang-kain-motif-hasil-pencelupan>. Diakses 6 April 2022
- Damayanti, R. 2018."Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial *Instagram*", *Jurnal Widyaloka*, Vol.5, No.3:270
- Dafa, G. S. M, & Sari D, 2021. "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Pada 372 Kopi Dago Pakar di Bandung)", *e-Proceeding of Management*, Vol. 8 No. 2
- Dewi, dkk. 2022."Pengembangan Motif Fraktal Pada Usaha Produksi Kain Jumputan Palembang", *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, Vol.6, No.1:84
- Keller Kotler. 2021."Intisari Manajemen Pemasaran". Yogyakarta:CV ANDI OFFSET
- Kurniawan Gogi. 2017."Peran *Word of Mouth*, Kepercayaan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Pada Pengrajin *Kampoeng Batik Jetis-Sidoarjo*". Surabaya:Mitra Sumber Rejeki
- Kurniawan Gogi. 2017."Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce". Mitra Abisatya
- Laksmi, A.A. & Farah O. 2016."Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (eWOM) Terhadap Minat Beli *Followers Instagram* Warunk Upnormal", *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol.10, No.2
- Lomi, A.G & Juita L.D B. 2016"Pengaruh eWOM (*Electronic Word of Mouth*) Pada Media Sosial Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Tebing Bar & Cafe)", *Juournal of Management*, Vol.2, No.1:43-44
- Luthfiyatillah, dkk. 2020."Efektifitas Media *Instagram* Dan E-Wom (*Electronic Word Of Mouth*) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian", *Jurnal Penelitian Ipteks*, Vol.5, No.1:104
- Merna. 2021. *Beragam Motif Kain Khas Palembang, Unik dan Menarik!*. [Online] Dari <https://www.orami.co.id/magazine/kain-khas-palembang>. Diakses 6 April 2022
- Prayustika, P.A. 2016."kajian Literatur: Manakah Yang Lebih Efektif? *Traditional Word of Mouth* Atau *Electronic Word Of Mouth*", *Jurnal Manajemen Teknologi Dan Informatika*, Vol.6, No.3:170
- Resky, G.T. 2016."Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tas di Instagram Rgfashion Store", (*Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya*), Vol.11, No.3:2

- Siregar, S. 2017. "*Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*". Jakarta: Sinar Grafika Offset
- Soinbala, R. & Juita L.D.B. 2020. "Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Oncu's Fruit Dessert)", *Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, Vol.1, No.1:71
- Sugiyono. 2020. "*Metode Penelitian Pariwisata*". Bandung: ALFABETA, cv
- Virenabia, C. & Farah O. 2018. "Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli pada *Followers Instagram* Bandung Makuta", *eProceedings of Management*, Vol.5, No.1:2