

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat Terhadap Smartphone Merk Cina. *Widya Manajemen*, 3(2), 117-127. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v3i2.1632>
- Bagus, R. (2020). *Pengaruh EWom, Kepercayaan Konsumen, Dan Motivasi Terhadap Niat Beli Virtual Goods Pada Video Game Online Di Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya 2020. Retrieved from <https://eprints.perbanas.ac.id/7618/>
- Carissa, T., & Aruman, A. E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Membeli Dalam Mobile Legends. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 45–55.
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2010). The state of electronic word-of-mouth research: A literature analysis. In *PACIS 2010 Proceedings* (pp. 1580-1587). (Pacific Asia Conference on Information Systems). Association for Information Systems. <https://aisel.aisnet.org/pacis2010/151/>
- Effendy, A.A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*. Vol. 1, No. 1, Februari 2019 (79 - 95).
- Erdiansyah, R., & Aulia, S. (2020). Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang di Indonesia. *Prologia*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6420>
- Feri. (2022, Desember, 8, p. 194-205). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Dan Iklan Melalui YouTube Terhadap Minat Beli Skin Pada Game Online Mobile Legends:Bang Bang di Kabupaten Karawang Tahun 2022. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 8(23), 194-205. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7397094>
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang : Universitas Diponegoro.

- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133-146. Retrieved from <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/172>
- Hutabarat, Julius Ripandi. (2020). Pengaruh Influencer Marketing Pada Produk Eiger Sebagai Strategi Pemasaran Era Modern Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Di Kecamatan Medan Timur). 1–32.
- Ismagilova, E., Slade, E.L., Rana, N.P. *et al.* The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis. *Inf Syst Front* **22**, 1203–1226 (2020). <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>
- Jalil. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Buku Gramedia Royal Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1)
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Edition 15 Global Edition*. New York: Pearson Education Limited.
- Laraswati. (2018). Pengaruh Iklan Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Brand Awareness, Serta Implikasinya Pada Minat Beli Produk Kopi Instan Good Day. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)*, Volume 16, Nomor 2, Juli 2018, pp.38-48.
- Lina Maharani A. M. (2020). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT Yamaha 2020. *E-Proceeding of Applied Science* : Vol.6, No.2 Agustus 2020 | Page 1198
- Mujahadah, I. N., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Traveland Convex Indonesia Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(3).
- Pratnyawan, A. (2021, August 12). *Sebaran Pemain Mobile Legends Indonesia, Terbanyak di Pulau Ini*. Retrieved from <https://www.suara.com/teknologi/2021/08/12/142903/sebaran-pemain-mobile-legends-indonesia-terbanyak-di-pulau-ini?page=all>
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. Dataindonesia.id. Retrieved from

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>

- Shimp, Terence A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Ed. 8 Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriono. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi pada Konsumen Go-Ride di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 50 No.2 September 2017, 135141.
- Sya'ban, A. Z. N. (2022). *Pengaruh Event dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Diamonds Mobile Legends dengan Variabel Motivasi Sebagai Mediasi (Studi pada Konsumen Website Unipin di Kota Malang)*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Wicaksono. (2016). Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.8, 2016: 5098-5127.