

**Penggunaan *e-WOM* Melalui Aplikasi Percakapan Dalam Optimalisasi
Kesadaran Merek UMKM
(Studi Pada Aplikasi WhatsApp UMKM NT *Strawberry*)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Program Studi
Ilmu Komunikasi

Oleh :

Nama : Salsa Nurya Imania
NIM : 202010040311400
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing :

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si.

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PRODI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penggunaan *e-WOM* Melalui Aplikasi Perecakapan Dalam
Optimalisasi Kesadaran Merek UMKM
(Studi Pada Aplikasi WhatsApp UMKM NT *Strawberry*)

Diajukan Oleh :

SALSA NURYA IMANIA
202010040311400

Telah disetujui
Selasa, 03 Desember 2024

Pembimbing I

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si

Wakil Dekan I



Muhammad Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Salsa Nurya Imania
202010040311400

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Selasa, 03 Desember 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Arum Martikasari, M.Med.Kom ()
2. M. Himawan Sutanto, M.Si ()
3. Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Najwa Rizki Chayati Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT KETERANGAN SIAP DI UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/FISIP-UMM/XI/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Salsa Nurya Imania
No. Induk Mahasiswa	: 202010040311400
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Penggunaan <i>e-WOM</i> Melalui Aplikasi Percakapan Dalam Membentuk Kesadaran Merek UMKM (Studi Pada Aplikasi WhatsApp UMKM NT <i>Strawberry</i>)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 12 November 2024
Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si.



Kampus I
Jl. Baweano 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 253 (Hunong)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Baweano, Sate No 155 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 149 (Hunong)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunong)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Salsa Nurya Imania
NIM : 202010040311400
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Penggunaan *e-WOM* Melalui Aplikasi Percakapan Dalam Membentuk Kesadaran Merek UMKM (Studi Pada Aplikasi WhatsApp UMKM NT *Strawberry*)

Disetujui,
Pembimbing

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bunderan Sultani No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 404 318 (Hunting)
F: +62 341 400 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Salsa Nurya Imania
NIM : 202010040311400
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Penggunaan e-WOM Melalui Aplikasi Percakapan Dalam Membentuk Kesadaran Merek UMKM (Studi Pada Aplikasi WhatsApp UMKM NT Strawberry)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 12 November 2024

Yang Menyatakan,

KETERANGAN
261AMX066197636
Salsa Nurya Imania



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Besikungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 531 149 (Hunting)
F: +62 341 582 050

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

**Penggunaan *e-WOM* Melalui Aplikasi Percakapan
Dalam Membentuk Kesadaran Merek UMKM
(Studi Pada Aplikasi WhatsApp UMKM NT *Strawberry*)**

Oleh:

Nama : Salsa Nurya Imania

NIM : 202010040311400

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 12 November 2024

Pembimbing I/Promotor

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si.

NIP. 10393090298



Kampus I
Jl. Baniwangi 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 148 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 404 318 (Hunting)
F: +62 341 409 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : SALSA NUR YA IMANUA

NIM : 2020-400

Hasil Plagiasi ^{19/11}

BAB I	11			
BAB II	10			
BAB III	13			

^{19/11}

BAB IV	1			
BAB V	3			
BAB VI				

Malang, 14 November 2024

Admin Plagiasi Prodi,
PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



M. Dasuki



BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Salsa Nurya Imania
NIM : 202010040311400
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relation
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Penelitian : Penggunaan *e-WOM* Melalui Aplikasi Percakapan Dalam Membentuk Kesadaran Merek UMKM (Studi Pada Aplikasi WhatsApp UMKM NT *Strawberry*)
Dosen Pembimbing : Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si.
Tabel Bimbingan :

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Tanda Tangan
23 Oktober 2023	ACC judul skripsi	
13 November 2023	Konsultasi bab 1-3	
22 Maret 2024	Revisi bab 1-3	
3 Juni 2024	ACC bab 1-3	
5 Juni 2024	Seminar proposal	
10 Juni 2024	Konsultasi bab 4-5	
9 September 2024	Revisi bab 4-5	
25 Oktober 2024	ACC bab 4-5	
7 November 2024	Seminar hasil	

Malang, 12 November 2024

Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Frida Kusumastuti M.Si.

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada, Kamis 07 November 2024, telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh :

Nama Peneliti	Salsa Nurya Imania
NIM	202010040311400
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi/ <i>Public Relation</i>
Judul Skripsi	Penggunaan <i>e-WOM</i> Melalui Aplikasi Percakapan Dalam Membentuk Kesadaran Merek UMKM (Studi Pada Aplikasi WhatsApp UMKM NT <i>Strawberry</i>)

Dihadiri Oleh Dosen Penguji :

1. Arum Martikasari, M.Med.Kom

Dihadiri Oleh Dosen Pembimbing

1. Dr. Dra. Frida Kusumastuti M.Si.

Dihadiri oleh 15 Mahasiswa

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si.

Malang, 12 November 2024

Dosen Penguji

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Kepala Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI

No	Nama Lengkap	Instansi	Jurusan	NIM
1	Denni Widya Ningrum	UMM	IKOM	202010040311378
2	Sabilah Miftaklul Rizki	UMM	IKOM	202010040311407
3	Muhammad Ariq Nasrullah	UMM	IKOM	202010040311032
4	Berlian Akbar Putra Indrianto	UMM	IKOM	201910040311450
5	Adrianna Margreth	UMM	IKOM	202010040311107
6	M Rafi Rahadiansyah	UMM	IKOM	202010040311175
7	Finda Anggraini Putri	UMM	IKOM	202010040311424
8	Marelda Early Carissa	UMM	IKOM	202010040311417
9	Ahmad Fathu Romadhon	UMM	IKOM	202010040311403
10	Bayu Prabowo	UMM	IKOM	202010040311590
11	Fadilla Yosa Riyadi	UMM	IKOM	202010040311124
12	Diva Tsuraya	UMM	IKOM	202010040311374
13	Cinta Manda Roudhotun	UMM	IKOM	202010040311414
14	Prepadipta Galuh Dewi Kirana	UMM	IKOM	202010040311302
15	Araf Muhamad Arsy	UMM	IKOM	202010040311093

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si.

Malang, 12 November 2024

Dosen Penguji

Arum Martikasari, M.Med.Kom

ABSTRAK

ABSTRAK

Salsa Nurya Imania 202010040311400. *Penggunaan e-WOM Melalui Aplikasi Percakapan Dalam Membentuk Kesadaran Merek UMKM (Studi Pada Aplikasi WhatsApp UMKM NT Strawberry). Skripsi*

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* melalui aplikasi percakapan dalam membentuk kesadaran merek pada UMKM NT *Strawberry*. *e-WOM* merupakan salah satu strategi pemasaran yang memanfaatkan komunikasi digital untuk menyebarkan informasi tentang produk atau layanan secara cepat dan luas melalui platform online. Dalam penelitian ini, aplikasi percakapan WhatsApp dipilih sebagai media utama untuk berkomunikasi dan membangun komunitas pelanggan. Melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini mengungkap bagaimana interaksi dalam grup WhatsApp berkontribusi dalam membangun kesadaran merek serta mendorong kepercayaan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung terhadap aktivitas dalam grup WhatsApp NT *Strawberry*, wawancara mendalam dengan pemilik serta pelanggan setia, dan dokumentasi aktivitas promosi serta respons pelanggan. Pemilihan informan dilakukan dengan Teknik purposive sampling, dimana informan kunci dipilih berdasarkan peran mereka dalam interaksi *e-WOM* di grup WhatsApp.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-WOM* melalui Aplikasi Percakapan WhatsApp terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran merek dan mendorong loyalitas pelanggan. Interaksi langsung antar pelanggan melalui grup WhatsApp mempercepat penyebaran informasi, meningkatkan kepercayaan, dan memperkuat reputasi merek UMKM NT *Strawberry* di pasar. Penggunaan testimoni, ulasan, serta pengalaman pelanggan yang dibagikan melalui platform ini membantu menciptakan efek *word of mouth* yang positif dan berdampak langsung pada peningkatan penjualan. Penelitian ini juga memberikan wawasan tentang pentingnya pemanfaatan media percakapan digital bagi UMKM dalam meningkatkan kesadaran merek, serta bagaimana *e-WOM* dapat dijadikan strategi pemasaran yang berbiaya rendah namun efektif dalam menjangkau lebih banyak konsumen. Oleh karena itu, pemanfaatan *e-WOM* menjadi salah satu pendekatan yang strategis bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang dalam era digital.

Kata Kunci : *e-WOM, Kesadaran Merek, UMKM*

Menyetujui
Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si.
NIP. 10393090298

Malang, 28 Oktober 2024
Peneliti

Salsa Nurya Imania
NIM. 202010040311400

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT, karena berkat Rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul :

Penggunaan *e-WOM* Melalui Aplikasi Percakapan dalam Meningkatkan Kesadaran Merek UMKM (Studi Pada Aplikasi WhatsApp UMKM NT *Strawberry*)

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang. Selain itu, skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, saran, dan arahan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ini mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT, karena dalam proses penulisan skripsi ini, penulsi menyadari bahwa segala pencapaian hanya terjadi atas izin dan kehendak-Nya. Segala puhi kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan ilmu dan kekuatan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada diri sendiri. Terimakasih telah berusaha semaksimal mungkin, terimakasih karena telah bertahan, terimakasih karena tidak menyerah dan terima kasih karena selalu percaya pada diri sendiri.
3. Terimakasih kepada keluarga atas doa, dukungan, dan kasih sayang khususnya kepada ayah, ibu, dan kakak sebagai *support system* utama yang selalu memberikan doa dan dukungan tiada henti.
4. Terimakasih sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing Ibu Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si. yang senantiasa membimbing penulis dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini, serta meluangkan waktunya untuk memberikan masukan dan saran dari awal hingga akhir.
5. Terimakasih pada dosen-dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang atas ilmu yang diberikan kepada penulis selama ini.

6. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada narasumber yang telah bersedia membantu, meluangkan waktunya, dan menjawab pertanyaan dari penulis, sehingga data dalam penelitian ini dapat terpenuhi.
7. Terimakasih sebesar-besarnya kepada seluruh teman-teman penulis, yang bersedia menemani penulis, mendengarkan keluh kesah penulis, memberi dukungan moral, serta membantu penulis untuk memberi motivasi untuk melanjutkan hidup.
8. Terimakasih kepada kedua teman penulis yang senantiasa menemani perjuangan penulis dari awal semester hingga akhir, yaitu Fauzziyah Hanifah dan Nadila Dwi Hartanti.
9. Terimakasih kepada teman seperjuangan yang mau mendengarkan keluh kesah dan tidak hentinya memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, yaitu Adrianna Margreth.
10. Terimakasih kepada kelima teman penulis yang senantiasa berbagi keluh kesah selama perkuliahan dan bersedia untuk berjuang bersama, yaitu Cinta Manda, Diva Tsuraya, Marelda Early, Fadilla Yosa, dan Aulia Riska. Terimakasih teman-teman untuk semuanya.

Malang, 5 November 2024

Salsa Nurya Imania

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT KETERANGAN SIAP DI UJI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	vii
BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	ix
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI.....	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	7
2.1.2 Jenis-Jenis <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	8
2.1.3 Aplikasi Percakapan.....	9
2.1.4 Perbedaan Pada Media Massa dan Media Sosial.....	12
2.1.5 Kesadaran Merek	13
2.1.6 Teori Atribusi	14
2.1.7 Teori Atribusi Pemasaran	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15
BAB III.....	17

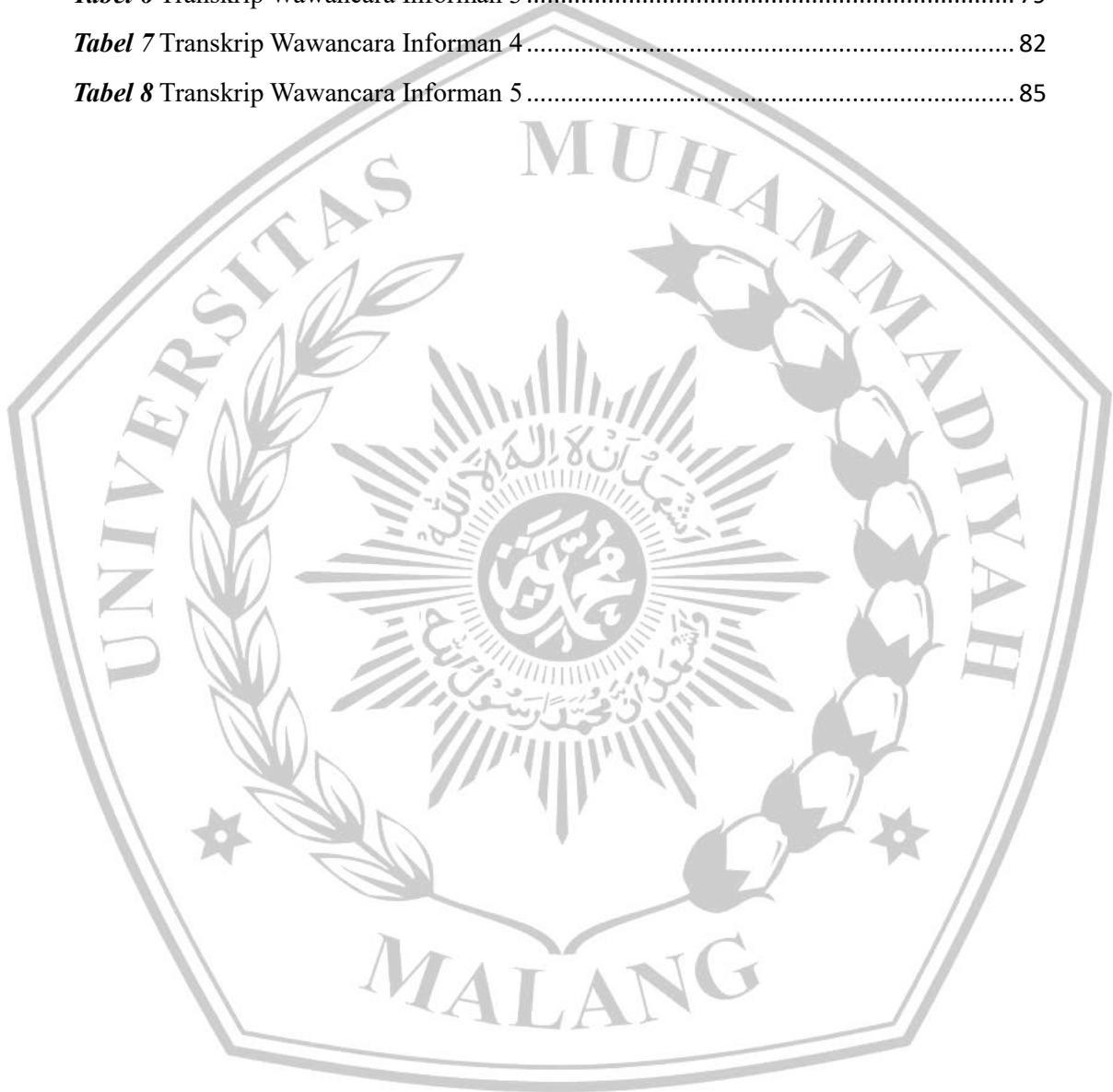
METODE PENELITIAN	17
3.1 Pendekatan Penelitian.....	17
3.2 Tipe Penelitian.....	17
3.3 Metode Penelitian.....	18
3.4 Teknik Penentuan Informan	19
3.5 Teknik Pengumpulan Data	20
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.7 Pengabsahan Data.....	23
3.8 Teknik Analisa Data	24
BAB IV	26
HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Identitas Informan	27
4.2 Pengeolaan Aplikasi Percakapan WhatsApp Sebagai Media Pemasaran NT <i>Strawberry</i>	30
a. Gambaran NT <i>Strawberry</i>	30
b. Pengelolaan Aplikasi Percakapan WhatsApp UMKM NT <i>Strawberry</i>	31
c. Pemasaran Produk NT <i>Strawberry</i> Melalui Aplikasi WhatsApp Grup	33
4.3 Pengalaman Anggota WhatsApp Grup UMKM NT <i>Strawberry</i>	36
a. Pengalaman Mengenal UMKM NT <i>Strawberry</i>	36
b. Pengalaman Berkomunikasi Dengan Pemilik UMKM NT <i>Strawberry</i>	40
c. Pengalaman Promosi Produk UMKM NT <i>Strawberry</i>	43
d. Pengalaman Transaksi Produk UMKM NT <i>Strawberry</i>	52
4.4 Bahasan Temuan.....	57
A. Jenis Komunikasi NT <i>Strawberry</i>	58
B. Kesadaran Merek NT <i>Strawberry</i>	63
BAB V	66
KESIMPULAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1</i> Jumlah pengguna media sosial di Indonesia.....	1
<i>Gambar 2</i> Interaksi Pelanggan dengan Pemilik UMKM.....	41
<i>Gambar 3</i> Aktivitas Grup WhatsApp UMKM.....	42
<i>Gambar 4</i> Aktivitas Promosi Produk UMKM Pada Status WhatsApp	45
<i>Gambar 5</i> Aktivitas Promosi Produk UMKM Pada Status WhatsApp	46
<i>Gambar 6</i> Aktivitas Promosi Grup WhatsApp UMKM	48
<i>Gambar 7</i> Aktivitas Promosi Grup WhatsApp UMKM	49
<i>Gambar 8</i> Aktivitas Promosi Grup WhatsApp UMKM	50
<i>Gambar 9</i> Aktivitas Promosi Grup WhatsApp UMKM	51
<i>Gambar 10</i> Aktivitas Transaksi Grup WhatsApp UMKM	54
<i>Gambar 11</i> Aktivitas Transaksi Grup WhatsApp UMKM	55
<i>Gambar 12</i> Bukti Transaksi Pembelian Produk UMKM.....	56
<i>Gambar 13</i> Dokumentasi Wawancara Informan 1 Nur Sudarto.....	88
<i>Gambar 14</i> Dokumentasi Wawancara Informan 2 Ony Ratri Suradinata	88
<i>Gambar 15</i> Dokumentasi Wawancara Informan 3 Irma Prihatini.....	89
<i>Gambar 16</i> Dokumentasi Wawancara Informan 4 Shinta Nur Salma.....	89
<i>Gambar 17</i> Dokumentasi Wawancara Informan 5 Wiwik Astutik.....	90

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 4</i> Transkrip Wawancara Informan 1	73
<i>Tabel 5</i> Transkrip Wawancara Informan 2	76
<i>Tabel 6</i> Transkrip Wawancara Informan 3	79
<i>Tabel 7</i> Transkrip Wawancara Informan 4	82
<i>Tabel 8</i> Transkrip Wawancara Informan 5	85



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Dr. Tohari. 2019. *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*. Tanjungpura University Press.
- Andi, Dwi Riyanto. 2024. "Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024." Diambil (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>).
- Anna, Ferguson. 2023. "What is Marketing Attribution?" *seer interactive*. Diambil (<https://www.seerinteractive.com/insights/what-is-marketing-attribution>).
- Baladewa. 2023. "Manfaat Brand Awareness & Cara Meningkatkan Brand Awareness." *Bhinneka Update*. Diambil 28 Maret 2024 (<https://www.bhinneka.com/blog/manfaat-brand-awareness-cara-meningkatkan-brand-awareness/>).
- Bambang D. Prasetyo dkk. 2018. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Malang: UB Press.
- Burhan, Bungin. 2003. *Analisis data penelitian kualitatif : pemahaman filosofis dan metodologis ke arah penguasaan model aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Caballé, Marc. 2021. "Conversational Apps: What They Are and Why They Matter." *Hubtype*. Diambil (<https://www.hubtype.com/blog/what-are-conversational-apps>).
- Cloudeka, Lintasarta. 2023. "Apa Saja Perbedaan Media Massa Dan Media Sosial?" *Lintasarta Cloudeka*. Diambil 28 Maret 2024 (<https://www.cloudeka.id/id/berita/smm/perbedaan-media-massa-dan-media-sosial/>).
- Creswell, J. W. 2012. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (Edisi Ketiga)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dayakisni, Tri, dan Hudaniah. 2009. *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Devita dkk. 2017. "PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MELALUI BRAND IMAGE (STUDI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM WEDANGANRADJIMAN SEBAGAI CALON KONSUMEN."

- Esterberg, Kristin G. 2002. *Qualitative Methods in Social Research*. New York: McGraw-Hill.
- Goyette I. dkk. 2010. "e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context." *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration* 27(1):5–23.
- Hifni, Muhammd Bek. 2016. "PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, PERSEPSI KUALITAS dan LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK MEREK SAMPOERNA MILD (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 4(1):7.
- Kamilah, Latifah Nur. 2020. "Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Pada Minat Beli Pelanggan di Situs Social Commerce Media Sosial Instagram."
- Khan, Abdul Gaffar. 2016. "Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy." *Global Journal of Management and Business Research: B Economics and Commerce* 16(1).
- Kokatto. 2022. "Manfaat Aplikasi Chatting untuk Usaha Kecil Menengah (UKM)." *Kokatto*. Diambil 28 Maret 2024 (<https://kokatto.com/id-id/blog/464-whatsapp-119971->).
- Krisma, R. Eka Putra S. .. 2022. "UMKM Berbasis Digital." *Website Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah*. Diambil 28 Maret 2022 (<https://setwan.jogjakota.go.id/detail/index/22596>).
- Latief, Rusman. 2018. *Word of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Lexy, J. Moleong. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Luthfiyatillah dkk. 2020. "Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth)Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian." *Jurnal Penelitian IPTEKS* 5.
- MATUTINA, SEBASTIO AVIANT. 2019. "PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) PADA SIKAP TERHADAP MEREK DAN NIAT BELI KONSUMEN DI TOKOPEDIA." UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.

- Mr. Rows. 2011. "Analisis Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UPH Karawaci)." Universitas Gunadarma.
- Nasution. 1996. *Metode Penelitian Kualitatif Naturalistik*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Rita dkk. 2013. "Electronic Word of Mouth (e-WOM) Foursquare: The New Social Media." *Binus Business Review* 4.
- Rizal, Muhammad Pahleviannur dkk. 2022. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Sadikin, Ali dkk. 2020. *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta: K-Media.
- Saleh, Rahmita, dan Suwardi Thahir. 2019. "Pola Komunikasi Pengguna Aplikasi Chatting (Studi Pada Komunitas Android Makassar)." *Jurnal Jurnalisa* 4(1):91–105. doi: 10.24252/jurnalisa.v4i1.5623.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta cv.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2021. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta cv.
- Walgito, Bimo. 2003. *Psikologi Sosial (SUATU PENGANTAR)*. Yogyakarta: Andi.
- Walhidayah, Siti. 2017. "Pengertian Kesadaran Manusia menurut Para Ahli dalam Ilmu Psikologi." *Jurnal Psikologi*.
- Watie, Errika Dwi Setya. 2011. "Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)." *Jurnal The Messenger* 3.
- Wiersma, William. 1986. *Research Methods in Education: An Introduction*. Allyn and Bacon.
- Xiao-fen, Ji, dan Zhang Yi-ling. 2009. "The Impacts of Online Word-of-mouth on Consumer's Buying Intention on Apparel: An Empirical Study."
- Zhao Huang, dan Morad Benyoucef. 2013. "From e-commerce to social commerce: A close look at design features." *Electronic Commerce Research and Applications Journal* 12(4).