

## DAFTAR REFERENSI

- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BRAND IMAGE , HARGA DAN KEPERCAYAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com). *Diponegoro Journal of Management*.
- Akbar, M. J. C., & Sunarti. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Amanah, D., Harahap, D. A., & Lisnawati, D. 2017. Exploring Online Purchase Decision Among University Students in Indonesia. *Journal of Humanities and Social Science*.
- Assauri, S. 2017. *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi*. Edisi 15. Jakarta : Rajawali Perss.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi analisis multivariete: dengan program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. V., Linawati, L., Pranandito, D., & Kartono, R. 2019. The Determinant Factors of E-Commerce Purchase Decision in Jakarta and Tangerang. *Binus Business Review*.
- Indonesia Survey Center (ISC) : Pengguna Internet, [www.blog.apjii.or.id-siaran-pers-pengguna-internet](http://www.blog.apjii.or.id-siaran-pers-pengguna-internet)
- Ivan Sindunata, B. A. W. 2018. Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*.
- Kenneth C. Laudon and Carol Guercio Traver. 2016. *E-Commerce 2016: Business, Technology, Society* (12th ed.). Pearson.
- Kotler, P and Armstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, K, L. 2016. *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Global Edition.
- Kudeshia, C., & Kumar, A. 2017. Social eWOM: does it affect the brand attitude and purchase intention of brands? *Management Research Review*.
- Laili Hidayati, N. 2018. Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.

- Luthfiyatillah, Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. 2020. Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom ( Electronic Word Of Mouth ) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*.
- Restanti, F.A., Kusumawati, A., & Devita, L. D. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei pada Konsumen Zoya Fashion dan Hijab ). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Sangadji, E. M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. 2017. Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*.
- Sudjatmika, F. V. 2017. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com. *Agora*.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suharsimi, A. 2012. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Syahrivar, J., & Ichlas, A. M. 2018. The Impact of Electronic Word of Mouth (E-WoM) on Brand Equity of Imported Shoes: Does a Good Online Brand Equity Result in High Customers' Involvements in Purchasing Decisions? *The Asian Journal of Technology Management (AJTM)*.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tommi Wijaya<sup>1</sup> dan Eristia Lidia Paramita<sup>2</sup>. 2014. Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. *Seminar Nasional Dan Call for Paper*.