

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee.(Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Arianthi, D. E., & Sampurna, D. S. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee).
- Bataineh, A. Q. (2015). The impact of perceived e-WOM on purchase intention: The mediating role of corporate image. *International Journal of marketing studies*, 7(1), 126.
- Drajat, H. A. (2018). *Pengaruh Persepsi Teknologi, Persepsi Risiko, Dan Institution Based Trust Terhadap Online Trust Dan Perilaku Penggunaan Jasa Ojek* (Doctoral Dissertation, Institut Pertanian Bogor).
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).

- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegor
- Gusti, F. M., Hamdani, N. A., & Nurhasan, R. (2021). Persepsi Risiko Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(2), 035-046.
- Gustia, I. S., Hilal, A. N., Hanum, S. A. H., Cyrilla, N., & Paramita, N. K. (2018). Peran Ewom Dalam Membentuk Brand Attitude Dan Purchase Intention Pada Brand Rollover Reaction. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 17-34.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). Persuasiveness of eWOM Communications. In *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context* (pp. 49-71). Springer, Cham.
- Istiyanto, B., & Nugroho, L. (2017). Analisis pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian mobil (studi kasus mobil LCGC di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1).
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 8(1), 44-54.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). In *Marketing Management* (p. 27). Pearson Pretice Hall.
- Luthfiyatillah, L., 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*, 5(1), 101-115.
- Madyan, I. S., & Tiarawati, M. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ponds Flawless White. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 98-105.

- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71-83.
- Naufal, A., & Sari, D. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-wom) Terhadap Minat Beli Buldalk Bokkeummyeon (samyang) Pada Masyarakat Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 4(3).
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). Digital Marketing, E-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48-56.
- Pengaruh Kualitas Produk, *Impulse Buying* Dan *Electronic Word Of Mouth (EWOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Smartphone* Merek OPPO Di Kota Denpasar.
- Pinuji, M. F., & Satiri, S. (2019). Pengaruh User-Generated Content Sebagai Alat Komunikasi Bisnis Terhadap Kredibilitas Informasi Website "TOKOPEDIA". *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1).
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16-23.
- Purwanto, N. (2019). Pengaruh Perceived Risk dan Online Costumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online di Tokopedia (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kota Jombang). *Jurnal Eksekutif*, 16(2).
- Puspitasari, D. A., & Indriani, F. (2018). *Analisis Pengaruh Perceived Quality, Perceived Value, Dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Online* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Ramadhani, R., & Prihatini, A. E. (2018). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Perceived Risk* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 140-145.

- Rohimah, R., & Apriliani, R. A. E. (2019). Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Promosi, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Qween Cosmetics Wonosobo. *Journal Of Economic, Business And Engineering (Jebe)*, 1(1), 1-8.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *EXCELLENT*, 8(1), 92-103..
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106.
- Sari, V. E. (2019). Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka. Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *Ejournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 474-487.
- Schiffman, L & Wisenblit. (2015). *Consumer Behavior* 11th. New Jersey: Prentice Hall
- Sitorus, E. J. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Lazada. Co. Id (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hkbp Nommensen).
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. "Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS". Edisi 1. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Sumarwan, U. (2019). *Riset Pemasaran dan Konsumen Seri: 3*. PT Penerbit IPB Press.

- Supriyanto, M., & Taali, M. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap pengambilan keputusan menginap di The Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 2(1), 13-21.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang.
- Taqianie, T. Z., & Nugraha, H. S. (2019). Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bukalapak (Studi Pada Konsumen Bukalapak Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 210-215.
- Tambun, R., Sari, P. N., & Rangkuti, A. E. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks Sun Plaza Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (Konsep) 2021*, 2(1), 124-131.
- Tobing, R. P., & Bismala, L. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 1(2).
- Uma Sekaran, 2006. Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- Vallejo, J. M., Redondo, Y. P., & Acerete, A. U. (2016). The influence of EWOM characteristics on online repurchase intention. *Online Information Review*, 40(7), 1090-1110.
- Virawan Adi Wayan, (2013). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Helm Merek INK)

- Wiyani, W. (2017). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1).
- Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7(3), 1-11.