

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, (2004), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan. Keenam, Alfabeta, Bandung
- Ahmad Dwi Nurdiyanto & Devi Dwi Kurniawan, (2020), “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Berbasis *E-Commerce*”, Jurnal Ekonomika dan Bisnis Volume 7 No. 1 Mei 2020, 61-71
- Ali, Syarif, Dynanda Amelyea Cantik Putri, Miguna Astuti, “Keputusan Pembelian E Commerce Shopee” *Prosiding BIEMA* fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Vol 1 (2020)
- Assauri, Sofjan, (2008), Manajemen Pemasaran dasar konsep dan Strategi, Rajawali Pers, Jakarta.
- Afkari, Daffiq, (2016), “Pengaruh Atribut Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada *Online* Shop Melalui Media Sosial Instagram” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen FE UNY), SKRIPSI FE Manajemen UNY
- Febiana, dkk. (2014) ‘Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung yang Melakukan Pembelian pada Biker’s Resto dan Cafe di Kota Malang)’ *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 16 No. 1
- Gumelar, Galih (2018) Konsumen Protes, Transaksi 'Flash Sale' Tokopedia Bermasalah, CNN Indonesia | Minggu, 27/05/2018 14:25 WIB
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling metode alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*, Edisi 4, Semarang: Undip
- Goyette, L., dkk (2010) ‘e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context’ *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), pp. 5–23
- Hariyadi, Isnain Putra Baskara, Guruh Taufan (2014), “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial” (Social Networking Websites) (Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang), Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro
- Hasan, Ali. (2010). Marketing dari Mulut ke Mulut Word of Mouth Marketing. Jakarta Media Presindo
- Husein, Novita Sari , Muhammad Saputra , Jamaluddin (2017), “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko

Online Bukalapak.Com” Jurnal Manajemen Magister, Vol. 03. No.01, Januari 2017

- Ilham, Dino Achriza (2017) “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs *Online Store* Lazada Sebagai E-Commerce Terpercaya Di Indonesia”, Simki-Economic Vol. 01 No. 05 Tahun 2017
- Julius, Afriyanto, Pandapotan Simarmata, Rosali Sembiring (2020), Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Vol 1 (2020)
- Kurniawan, Heri Diyan, (2018), “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa JNE Glagahsari No. 62 Yogyakarta)”, Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 1 No. 4 April 2018
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, Philips & Armstrong, Gary. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran (Jilid 1 edisi 12). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, KL (2012). *Marketing management*, Edisi 14, Pearson Education, United States.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. “Marketing Management”. 13rd Ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip, (2007) Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 12, PT Indeks., New Jersey.
- Kiki Joesyiana, (2018), “Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media *Online Shop* Shopee Di Pekanbaru”, Jurnal Valuta Vol. 4 No 1, April 2018
- Lamba, B., & Aggarwal, M. (2014) ‘The International Journal Of Business & Management: A Study on Influence of eWOM: Consumer Buying Behavior’. The International Journal Of Business & Management, Vol 2 No. 9.
- Lin, Chinho, Yi-Shuang Wu, Jeng-Chung Victor Chen. (2013). Electronic Word-of Mouth: The Moderating Roles of Product Involvement and Brand Image. Makalah.Dipresentasikan pada International Conference on analogy Innovation and Industrial Management (29-31 Mei): 1-19

- Lovelock & Wright. (2002). *Principles of Service Marketing and Management*, 2nd edition, Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa; Teori dan Praktik* (Edisi Pertama). Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Mailal Badir and Anik Lestari Andjarwati, (2020), “*The Effect Of Ewom, Ease Of Use And Trust On Purchase Decisions (Study On Tokopedia Application Users)*”, *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi* Vol. 7 No. 1 (June) 2020 : 39-52, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
- Parasuraman, A., et al. (1993). "More on improving service quality measurement." 69 (1): 140-148.
- Rahma dkk. 2012. Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Harga dengan Kepuasan Konsumen Online Shopping pada Mahasiswa Universitas Surabaya. *Jurnal Universitas Surabaya*.
- Rahmad Sucahya Habibie, Musthofa Hadi, (2019), “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Melalui Shopee”, *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* Volume:5 Nomor:2, Desember 2019
- Rahmawati Andini Dwi, Suharyati Suharyati, Alfatih S Manggabarani, (2020), Analisis Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada E-Commerce Shopee Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
- Ritma Rahmadhani & Apriatni Endang Prihatini, (2019), “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Perceived Risk* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia”, *Diponegoro Journal of Social Politic* Tahun 2018, Hal. 1-6
- Sandi, Boy, 2017, Pengaruh E-Wom dan customer experience terhadap keputusan pembelian produk pakaian di situs jual beli *Online* tokopedia, *Management and Business Review*, 1(2) 2017, 106-115
- Saputra, dkk (2019), “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Kegiatan Bisnis Berbasis E-Commerce” *Jurnal Riset dan Aplikasi: Akuntansi dan Manajemen*, Vol 4 (No 1), September 2019, 32-51
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2010) *Consumer Behavior* Tenth Edition. Pearson Education
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kombinasi*, Cetakan ke-6, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ke-27. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukoco, A., S. (2018). *NEW Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. Jember : CV Pustaka Abadi.
- Swastha, B., & Handoko, H, T. (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*, Yogyakarta : BPFE UGM.
- Thurau & Gwinner, et al (2004). ‘Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?’ *Journal of Interactive Marketing*, 18 (1): 38-52
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Penerbit Bayumedia Publishing. Malang
- Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta (2019), *Buku Pedoman Penyusunan Tesis Manajemen Magister Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta*
- Wahyudi, Ivan Sindunata, Bobby Alexander, “Pengaruh E-Wom (Electronic-Word-Of-Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Di Agoda.Com” , *Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia*
- Wulandari, Eka, Lina Aryani, Rosali Sembiring Vol 1 (2020) *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*.