

DAFTAR PUSTAKA

- Aco, Ambo., Endang, Andi Hutami. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. (Online, *journal.uin-alauddin.ac.id › insypro › article › download*, diakses 14 September 2019).
- Alhulail, Hilal., Dick, Martin. (2018). *Factors That Impact Customers' Loyalty To Social Commerce Websites*. CONF-IRM 2018 Proceedings.
- Almajali, Tha'er Abdel Wahab., Bohari, Abdul Manaf. (2016). The Impact of Intrinsic Motivations on Electronic Word of Mouth Communication through Social Network Sites: Openness to Experience as a Moderator. DOI: <http://dx.doi.org/10.20936/FMR/160106>.
- Annur, Cindi Mutia. (2019). Survei APJII: Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia-capai-64,8%.(Online;<https://katadata.co.id/berita/2019/05/16/survei-apjii-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-capai-648>. Diakses pada 02 Oktober 2019).
- Ardiyana, Rachma Dwi., Akbar, Zarina., Karnadi. (2019). Pengaruh Keterlibatan Orang Tua dan Motivasi Intrinsik dengan Kepercayaan Diri Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi*. 3(2): 494-505.
- Asih, Rayi Retno Dwi., Pratomo, Luki Adiati. (2018). Peran Mediasi E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. 11(1): 125-144.
- Budhi, Galih Setiyo. (2016). Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Jual-Beli Online Lazada Indonesia. *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education*. 1(2); 78-82
- Bhaskar, MR. P.Phani., Kumar, D. Prasanna. (2015). E- Loyalty And E-Satisfaction Of E-Commerce. *International Journal in Management and Social Science*. 3(11): 489-496.
- Bryman, Alan & Bell, Emma. (2011). *Business Research Methods*. New York: Oxford University Press.
- Cahyono, F. D., Kusumawati, A.,Kumadji, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth(eWOM) Dan Pengaruhnya Terha

- dap Minat Beli (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten_shokudo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 37(1);148-157.
- Cui, Jinhong., Wang, Lingyun., Feng, Haiqi., Teng, Yue. (2015). Empirical Study Of The Motivations Of E-Wom Spreading On Online Feedback System In China. (*online*, <http://www.pacis-net.org/file/2014/2015.pdf> , Diakses 17 Oktober 2019)
- Fitria, S. E., & Dwijananda, I. M. (2016). Analisis pengaruh electronic word of mouth terhadap proses keputusan pembelian (studi pada go-jek). *E-Proceeding of Management: Vol.3, No.1 April 2016*.
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall
- Hossain, Md. Alamgir., Jahan, Nusrat., Fang, Yuantao., Hoque, Saiful., Hossain, Md. Shakhawat. (2019). Nexus of Electronic Word-Of-Mouth to Social Networking Sites: A Sustainable Chatter of New Digital Social Media. *Sustainability*. 11 (759): 1-14.
- Indrawati, Ph.D. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung, Indonesia: PT. REFIKA ADITAM
- Kustiwi, I. A., Isnalita. (2018). Trust and Purchasing Intention in E-Commerce: Lazada Indonesia. *International Conference of Communication Science Research* . Vol.165.
- Lestari, Ani., Yulianto, Edy. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 54(1): 74-81.
- Majali, Tha'er A., Bohari, Abdul Manaf. (2016). A Conceptual Model of Electronic Word of Mouth Communication through Social Network Sites: The Moderating Effect of Personality Traits. *International Review of Management and Marketing*. 6: 265-269.
- Maulana, Fakhrian Harza., Hamid, Djamhur., Mayoan, Yuniadi. (2015). Pengaruh Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik Dan Komitmen Organsasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank BTN Kantor Cabang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 22(1): 1-8.
- Maulana, Shabur Miftah., Susilo, Heru., Riyadi. (2015). Implementasi E-

- Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 29(1): 1-9.
- Maria, K. D., Kindangen, P., Rumokoy, F. S. (2016). The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Consumer Buying Decision In Lazada. *Jurnal EMBA*. 4(1); 1086-1095.
- Nathania, Yoshi. (2017). Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Meningkatkan Tajam, Siapa-di-Posisi Teratas? (Online; <https://www.idntimes.com/business/economy/yoshi/pertumbuhan-e-commerce-indonesia-1/full>). Diakses pada 02 Oktober 2019).
- Oktaviani, N., Astuti, W., Firdiansjah, A. (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Pembentukan Komitmen Pelanggan Dan e-WOM Pada Pengguna Aplikasi e-MONEY "OVO". *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. 12(1); 93-112.
- Putra, Aditya Kamajaya., Frianto, Agus. (2013). Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Kepuasan Kerja. *BISMA*. 6(1): 59-66.
- Putri, Dwi Cintia. Perbedaan Antara Motivasi Intrinsik Dan Ekstrinsik Terhadap Tingkat Prestasi Belajar Mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung. (Online, <http://digilib.unila.ac.id/25793/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHAN.pdf>), diakses 15 Oktober 2019).
- Putri, Yulia Larasati., Utomo, Hardi (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*. 10(19): 70-90.
- Priansa, Donni Juni. (2016). Pengaruh E-WOM Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada. *Ecodemica*. 4(1); 117-124.
- Reimer, Thomas., Benkenstein, Martin. (2016). Altruistic eWOM marketing: More than an alternative to monetary incentives. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 33:323-333.
- Sari, Fungsiya., Pangestuti, Edriana. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 54(1):

189-196.

- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*, Vol. 03. No.01.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach (5thEdition)*. Haddington: John Wiley & Sons Ltd.
- Sugiono. (2008). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis* . Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suki, Norbayah Mohd. (2019). Investigating The Measurement of Consumers' Electronic Word-of-Mouth (EWOM), Intrinsic and Extrinsic Motives, and Satisfaction of Islamic Insurance (Takaful). *Malaysian Journal of Communication*. 35(2): 431-447.
- Tim Lazada, "Terms of Use" dikutip dari www.lazada.co.id diakses pada 02 Oktober 2019, hlm 1.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian, Populer & Praktis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Yoo, Chul Woo., Sanders, G. Lawrence., Moon, Junghoon. (2013). Exploring the effect of e-WOM participation on e-Loyalty in e-commerce. Elsevier. 55.