

DAFTAR PUSTAKA

- Abd-Elaziz, M., E., Aziz, W., M., Khalifa, G., S., A., dan Ma'youf, M., A., A. (2015). *Determinants of Elcetronic Word of Mouth (E-WOM) Influence on Hotel Customers' Purchasing Decision. Journal Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University, Vol.9.*
- Akbar, Chairul., dan Sunarti. (2018). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 60, No 3 tahun 2018. Retrived juni 2018.*
- Ahmad, dkk. (2015). *Eksperimentasi Model Pembelajaran Problem Based Learning (PBL) dan Kooperatif Tipe Group Investigasi (GI) Pada Materi Peluang Ditinjau Dari Kemandirian Belajar Siswa. Jurnal Elektronik Pembelajaran Matematika. 3(10): 1048-1056.*
- APJII. (2018). *Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia.* (diakses pada: 11 Desember 2019. Dari : apjii.or.id).
- Baharuddin, Fahmi., dan Mertini, Erini. (2019). *Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Adidas (Studi Pada Pembeli Sepatu Adidas di Indonesia).* eProceeding od Management, Vol 6, No 2. 2, Agustus 2019. Retrived January 2020, from <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9745/9609>
- Cahyani, Khoiriyah I dan Endang S. (2016). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. Management Analysis Journal 5(4), 281-288.*
- Danang Sunyoto. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia.* Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Dara, Ayu L dan Apriatni Endang. (2019). *Pengaruh Brand Image Dan Celebritye Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Pada Konsumen Wardah Kota Semarang). Jurnal JIAB Vol.8, No 3 tahun 2019. Retrived juni 2020.*
- Darmawan, T., P. (2017). *Analisis Website Forum Jual Beli Online Shopee di Indonesia. Administrasi Bisnis. Universitas Telkom.*

- Fitria, Sisca, Eka., dan Dwijanada, Made. (2016). *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi pada GO-JEK)*. Jurnal *E-proceeding of Management* Vol.3, No.1 tahun 2016. Retrived januari 2020.
- Gifani auliannisa, Syahputra.(2017). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE OPPO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TELKOM. Jurnal bisnis dan iptek Vol.10, No. 2, Oktober 2017,81-94. retrived Agustus 2020.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2010). *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Hasanah Amalia, Ratih, Nina (2017). pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian (Survey konsumen di dreezel coffe Bandung). Karyailmiah.unisba.ac.id. Vol 3, No 2, Prosiding Manajemen, Agustus 2017. Retrived Agustus 2020.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Ipriceinsights (2020). *Peta E-Commerce Indonesia*. (diakses pada: 15 Januari 2020. Dari: iprice.co.id).
- Ismagilova, Elvira., Dwivedi, Yogesh K., Slade, Emma., & Williams, Michael D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) In The Marketing Context*. Switzerland: Springer Nature.
- Iswanto, Rendy. (2016). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Photo Cabin*. Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan Vol.01, No.02 tahun 2016. Retrived Juni 2016.
- Jiménez, F.R & Mendoza, N. A. Too Popular To Ignore: The Influence Of Online Reviews on Purchase Intentions of Search And Experience Products. *Journal of Interactive Marketing*, Vol.27, No.3, 2013. Pp 226 – 235.
- Keller, Kevin L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow, English* : Pearson Education, Inc.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 16th edition*. New Jersey:

- Pearson.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Bob Sabran, Penerjemah). Jakarta: Erlangga.
- Kusumawardhani, Arini. (2017). *Strategi Viral Marketing PT.FLIP Menggunakan EWOM dalam Pembentukan Brand Awareness (www.flip.id)*. Ilmu Komunikasi. Fakultas Komunikasi Bisnis. Universitas Telkom.
- Pratama, Adhitya H. (2016). *Kumpulan Toko Online Populer di Indonesia*. Id.technisia.com. Didapat dari: <https://id.technisia.com/toko-online-populer-di-indonesia>. Retrived Maret 2020.
- Priansa, Donni Junni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, Donni Junni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rizky, Hidayah, T., Dan Utami, M, Eristy. Eristy Minda Utami. (2017). *Brand Image Dan E – Service Quality Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Proses Keputusan Untuk Membeli Produk Pada Alfacart.Com*.
- Saifullah, Saifullah. (2017) Pengaruh Electronic Word of Mouth(E-WOM), Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Brand House Muslimah (Studi Kasus di Outlet Zoya, Elzatta, dan Rabbani di Kabupaten Kudus). Perpustakaan STAIN Kudus, Sosial, Ilmu Ekonomi. 02, may 2018 . Retrived Juni 2020, from <http://eptints.stainkudus.ac.id/id/eprint/2117>
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sari, Novita., Saputra M., dan Husein J. (2017). *Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak.com*. Jurnal Manajemen Magister, Vol. 03. No. 01, Januari 2017. Retrived January 2020, from <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jmmd/article/view/968/615>
- Sengkey, Cindy Silvianty dan Wenas, Rudy Steven. (2015). *Analisis Citra Merek, Atmosfer Toko, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Time Out Sport Café IT Center Manado*. Jurnal EMBA.
- Sekaran, Uma., dan Roger Bougie (2013). *Research Methods for Business Edisi 4*. Buku 2, jakarta: Wiley.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunjoyo, Et Al. (2013). *Aplikasi Spss Untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding : Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Syahdiany, Geny., dan Hanifa, Fanni. (2016) *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ramen "X" Kota Bandung Tahun 2016*. Prosiding SnaPP, Vol 6, No. 1, Tahun 2016. Retrived 2020, from <http://proceeding.unisba.ac.id/index.php/sosial/article/view/140/pdf>
- Tjiptono, Fandy (2012). *Manajemen Jasa, Edisi Keempat*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. (2016). *Pemasaran; Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian: Populer & Praktis*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Widowati, Hari. (2019, April 25). *Indonesia jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di dunia*. Retrived tanggal 12 Januari 2020, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>
- Wijaya, Tommi., dan Paramita, E., L., (2014). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR*. Seminar Nasional dan Call for Paper.
- Zikmund Dan Babin. (2013). *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

