

## DAFTAR PUSTAKA

- Argyatama, Muhammad. R. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) pada Media Social Youtube Terhadap Brand Attitude dan Purchase Intention pada Toyota All New Avanza ( Studi Kasus di Kota Bandung ). *Open Library Universitas Telkom*.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.
- Bambang Sudaryana, R. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Bayu, D. (2022, September 21). *Laporan Survei Belanja Online 2022*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/laporan-survei-belanja-online-2022>. Diakses pada 1 Desember
- Damayanti, D., Putro, Sigit. D. (2022). Pengaruh Electronic Service Quality (E-Servqual) dan Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Shopee. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*.
- Devi, Sari., Hamid, Rahmad. S., Maszudi, E. (2023). Pengaruh E-WoM, E-service quality dan E-Trust terhadap dalam Menentukan Keputusan Pembelian. *JESYA*
- Dewi, Friska. S. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM), Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Wardah di Indonesia. *Open Library Universitas Telkom*.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Dwiastono, R. (2022, September 9). *Berjualan Lewat Live Streaming TikTok: Apakah Ini Masa Depan Online Shopping?* Retrieved from Voa Indonesia: <https://www.voaindonesia.com/a/berjualan-lewat-live-streaming-tiktok-apakah-ini-masa-depan-online-shopping-/6737682.html>. diakses pada 8 desember.
- Emerlinda, Jeni Wulandari, & Diang Adistya. (2020). Analisis E-Trust, E-Wom & E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Perspektif Bisnis* 3(2): 63–75.
- Fahira, A. (2023). Analisis Pengaruh Dimensi E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Fixed Broadband Internet Indihome Di Indonesia. *Open Library Universitas Telkom*
- Febriyanti, Nur. F., Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina ( Studi pada remaja di Kota Surabaya ) . *JURNAL JIMEK*.
- Gesty Ernestivita, B. S. (2023). *Seni Digital Marketing untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif dan Compulsif*. Media Sains Indonesia.
- Ginee, t. (2021, November 9). *Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelepar!* Retrieved from Ginee: <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>. diakses pada 4 desember.
- H. Ahmad Luthfi, S. K. (2022). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Insan Cendekia Mandiri

- Hartono, C et al., (2021) The ease of transaction and e-service quality of e-commerce platform on online purchasing decision. *BISMA*
- Irawan, R et al., (2021) The effect of E-service quality and Price on Online Purchase Intention During Covid-19 (case study Tokopedia). *Global Research on Suitainable Transport & Logistics*
- Keller, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Kemp, S. (2022, February 15). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. Retrieved from DATA REPORTAL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>. diakses pada 4 desember.
- Kompas, T. (2022, September 25). *Orang Indonesia Makin Gemar Belanja Online Lewat Media Sosial, Terbanyak Di Tiktok Shop*. Retrieved From Kompas.Com: <https://Tekno.Kompas.Com/Read/2022/09/25/08000077/Orang-Indonesia-Makin-Gemar-Belanja-Online-Lewat-Media-Sosial-Terbanyak-Di#:~:Text=Menurut%20riset%20populix%2c%20ke%20depannya,Kecil%20di%20seluruh%20pulau%20jawa>. Diakses Pada 1 Mar
- Listiawati et al., (2021) The Effect of Online Marketing and E-service quality on Purchase Decisions: *An Emprirical Study on Online Shop*. *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*
- Mahmudah, A. R. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Mahasiswa Pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unsiq). *Jebe*.
- Mifta Huljannah, R. A. (2020). Influence Price Discount And Shopping Lifestyle Against. *Journal Of Islamic Economic Scholar*.
- Muhammad Rizki Maulana Putra, M. A. (2020). Pengaruh Promosi, Fashion Involvement, Dan Shopping Life. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Ekonomi Syari'ah*.
- Nizar Alam Hamdani, M. K. (2022). Pengaruh Price Discount Dan Shopping Lifestyle Terhadap. *Business Innovation And Entrepreneurship Journal*.
- Noor, Z. Z. (2020). The Effect Of Price Discount And In-Store Display On Impulse Buying. *Sosiohumaniora*.
- Nurul Ittaquillah, R. M. (2020). The Effects Of Mobile Marketing, Discount, And Lifestyle On Consumers' Impulse Buying Behavior In Online Marketplace. *International Journal Of Scientific & Technology Research*.
- Parasuraman, A. (2005) *E-S-Qual*. Journal of Service Research.
- Putri, Fadilla. A. P., Patrikha, Finisicia. D. (2021). Pengaruh E-service quality dan Electronic Word of Mouth (E-WoM ) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Aplikasi Soco . *JMSAB*.
- Permatasari, N., Nugroho, S. P. (2022). Pengaruh Ewom Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Mediasi Kepercayaan (Studi Kasus Masyarakat Karesidenan Madiun yang bertransaksi kendaraan bermotor di Marketplace). *Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Ramadhan, Anka. J. (2023). Pengaruh Social Media Usage dan Electronic Word of Mouth

(E-WoM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bahan Bakar Pertamina (Studi Kasus di Bandung Raya) . *Open Library Universitas Telkom*.

Riyadi, S. A., Suhud, U., & Usman, O. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 4(1), 1-16.

Rifki, M. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-WOM terhadap Customer Trust dan Dampaknya Terhadap Repurchase Intention pada customer oyorooms. *Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta*.

Salsabila, S. (2023). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc di E-Commerce Shopee. *Open Library Universitas Telkom*.

Saputra, Muhammad. R. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat di Kota Bandung. *Open Library Universitas Telkom*.

Sarigih, M. . (2019). Pengaruh E Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee di Kota Medan). *Jurnal Mantik Penusa*, 3.

Syafaruddin, Suharyono, & Kumadji, S. (2016). Pengaruh Komunikasi Electronicword Of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) Dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian . *Zafertech*.

Siddiqui, M. S. et al., (2021) Creating electronic word of mouth credibility through social networking sites and determining its impact on brand image and online purchase intentions in India. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16, 1008 -1024

Sinurat, Vera. A. R et al., (2020) Analysis of E-service quality and Quality Information on Trust and Impact on Purchase Decision on Consumer Tokopedia (Case Study of Tokopedia Customers in Tangerang City). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*

Simamora, Virgo., Fauziah, S. (2019). Pengaruh E-service quality dan E-WoM terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Terhadap E-Customer Loyalty pada E-Commerce. *Open Library Universitas Telkom*.

Sudirjo, F et al., (2023) The Influence of Online Customer Reviews and E-service quality on Buying Decisions in Electronic Commerce. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*

Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.