

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Ayu Laksmi, Farah Oktafani. (2016). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Minat Beli Followers Instagram pada Warunk Upnormal*. Journal Computer & Bisnis Vol. 10, No. 2 Desember 2016 ISSN 2442-4943.
- Ali Hasan. (2015). *Pengaruh Electronic Word of Mouth pada Media Sosial Facebook terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Ngalanggeran Gunungkidul*. Jurnal Media Wisata, Volume 13, Nomor 1, Mei 2015.
- Antoni Adi Wiyoko. (2017). *Pengaruh Iklan Internet dan Electonic Word of Mouth terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Smartphone Lenovo*. Journal of Management Vol. 4, No.11, April 2017 ISSN 2355-9357.
- Anandya Cahya Hardiawan. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Arif Nurrohman. (2016). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen GO-JEK Yogyakarta (Studi pada Mahasiswa FE UII)*.
- Asmai Ishak. (2012). *Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Berbelanja Online: Sebuah Studi Tentang Penyebab (Antecedents) dan Konsekuensi (Consequents)*. Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 16 No. 2.
- Azwar Saifuddin. (2007). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Bambang Supomo dan Nur Indriantoro. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedua. Yogyakarta : BFEE Universitas Gajah Mada.
- Barker, at all. 2002. *Research Methods In Clinical Psychology*. John Wiley & Sons Ltd. England.
- Brian Cahyo Adyanto, Suryono Budi Santosa. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga dan Kepercayaan Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com)*. Volume 7, Nomor 1, Hal 1-20. ISSN 2337-3792. Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, UNDIP. Semarang.
- Cheng-Hao Chen, Bang Nguyen, Philipp Klaus & Meng-Shan Wu. (2015). *Exploring Electronic Word of Mouth (Ewom) in the Consumer Purchase Decisionmaking Process: The Case of Online Holidays – Evidence from United Kingdom (UK) Consumers*. Journal of Travel & Tourism Marketing ISSN 1054-8408.
- Deni Dwi Prasetyo, Edy Yulianto dan Sunarti. (2016). *Pengaruh Iklan Secara Online terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Mahasiswa Pengguna Produk Telkomsel Internet 4G LTE)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 41 No.1 Desember 2016.
- Endang Hariningsih. (2013). *Internet Advertising Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Interaktif*. Yogyakarta. JBMA – Vol. 1, No. 2, Februari 2013. ISSN 2252-5483.
- Faiqotu Zzahroh, Achmad Fauzi DH. (2018). *Pengaruh Corporate Sosial Responsibility (CSR) terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol 57 No. 2 April 2018.

- Gujarati. (2005). *Spss Versi 20 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Harnita Putri, Widya Sastika. (2016). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) melalui Twitter terhadap Minat Beli Konsumen pada Steak Ranjang Bandung*. Prosiding SNaPP 2016 ISSN 2089-3590 EISSN 2303-2472.
- Hatane Semuel, Adi Suryanata Lianto. (2014). *Analisis eWOM, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran 2014 Vol. 8 No. 2 ISSN 1907-235X.
- Hennig-Thurau, at all. (2010). *Electronic Word of Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the internet?*. Journal of Interactive Marketing, 18, 38-52.
- Husein Umar. (2003). *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Isabelle Goyette, at all. (2010). *Electronic Word of Mouth Scale : Word of Mouth Measurement Scale for E-services Context**. Canadian Journal of Administrative Sciences. 27: 5-23.
- Jennifer Johnson Jorgensen & Young Ha. (2018) *The Influence of Electronic Word of Mouth Via Social Networking Sites on the Socialization of College – Aged Consumers*. Journal of Interactive Advertising. ISSN 1525-2019.
- Jeonga, Eunha, and Soe Cheong Jang. (2011). *Restaurant Experiences Triggering Positive Electronic Word of Mouth Motivations*. International Journal of Hospitality Management. Vol. 30 page 356-366.
- <https://review.bukalapak.com/travel/distro-di-bandung-105964>.
- <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180119164658-33-2018/produk-fashion-paling-diminati-dalam-belanja-online>.
- <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita?page=all>.
- <https://www.kompasiana.com/oscar81/5cdb7afe3ba7f77abc1205d2/perilaku-belanja-online-oleh-mahasiswa-studi-kasus-mahasiswa-angkatan-2018-fia-ui?page=all>.
- <https://tirto.id/berapa-besar-pengaruh-ulasan-pembeli-saat-berbelanja-online-b7Gm>.
- <https://teknologi.bisnis.com/read/20190809/84/1134495/ini-10-e-commerce-yang-paling-banyak-dikunjungi-di-indonesia>.
- <https://money.kompas.com/read/2019/05/11/165515726/e-commerce-apa-yang-paling-sering-diakses-orang-indonesia-ini-daftarnya>.
- <https://www.kajianpustaka.com/>
- <http://techno.okezone.com>
- <http://www.infobdg.com>
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta : Erlangga.

- Laurensia Hanjani Putri. (2016) *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen terhadap Produk Naget Delicy*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 2, Juni 2016.
- Margaretha, Y., & Lisan S, H. (2012). *Pengaruh Fashion Clothing Involvement Terhadap Recreational*. Ejournal.Upi.Edu, 1.
- Marindi, P. (2015). *Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dalam Belanja Online Dengan Perilaku Konsumtif Pada*. Character, Volume 03 Nomor 2, 1.
- Megawati, Muthia Roza Linda. (2014). *Pengaruh Iklan Online pada Situs Jejaring Sosial Facebook terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Masyarakat Kota Padang*. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis Vol 3, Nomor 2, September 2014.
- Muhammad Aqsa. (2017). *Pengaruh Iklan Online terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen secara Online di Kota Palopo (Survei pada Pengguna Internet di Kota Palopo)*. Prosiding Seminar Nasional Vol. 3, No. 1 ISSN 2443-1109.
- Mohammad Reza Jalilvand, Neda Samiei. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*. Marketing Intelligence & Planning.
- Noraini Sa'ait, Agnes Kanyan, Mohammad Fitri Narzin. (2016). *The Effect of Electronic Word of Mouth (eWOM) on Customer Purchase Intention*. International Academic Research Journal of Social Science ISSN 2289-8441.
- Nurullaili. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware*. Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 2, Nomor 1, Maret 2013.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong. (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition*, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Raeni Dwi Santy. (2016). *The Impact of Point of Purchase on the Purchase Decisions (Case Study at Giant Hypermarket Bandung)*.
- Sabita Mahapatra, Abhishek Mishra. (2017) *Acceptance and Forwarding of Electronic Word of Mouth*. Marketing Intelligence & Planning.
- Setenay Kucukemiroglu and Ali Kara. (2012). *Online Word of Mouth Communication on Social Networking Sites (An Empirical Study of Facebook Users)*. International Journal of Commerce and Management, Vol. 25, No. 1, Page 2-20.
- Shantanu Prasad, Ishwar C. Gupta and Navindra K. Totala. (2017). *Social Media Usage, Electronic Word of Mouth and Purchase Decisions Involvement*. Asia-Pacific Journal of Business Administration, Vol. 9, No. 2, Page 134-145.
- Shantanu Prasad, Arushi Garg and Saroj Prasad. (2019). *Purchase Decision of Generation Y in an Online Environment*. Marketing Intelligence & Planning.
- Singgih Santoso. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2009). Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Strauss dan Frost. (2009). *E-Marketing, 5th edition*. Pearson International Edition.
- Taylor at all. (2009). *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Ujang Sumarwan, Achmad Fachrodji, Adman Nursal, Arissetyanto Nugroho, Erry Ricardo Nuurzal, Ign. Anung Setiadi, Suharyono, Zeffry Alamsyah. (2010). *Pemasaran Strategik: Perspektif Value-Based Marketing dan Pengukuran Kinerja*. Bogor: IPB Press.
- Uma Sekaran, Roger Bougie. (2013). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Umi Narimawati. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Umi Narimawati. (2007). *Teknik-teknik Analisis Multivariat untuk Riset Ekonomi-Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Umi Narimawati. (2010). *Penulisan Karya Ilmiah*. Bekasi: Genesis.
- Viranti Mustika Sari. (2012). *Pengaruh Electronic Word of Mouth di Social Media Twitter terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Restoran Holycowsteak)*. Jakarta : FISIP Universitas Indonesia.
- Wei, Jerome, and Shan. (2010). *Online Advertising: A Study of Malaysian Consumers*. Malaysia.
- Weng Marc Lim. (2015). *The Influence of Internet Advertising and Electronic Word of Mouth on Consumer Perceptions and Intention: Some Evidence from Online Group Buying*. Journal of Computer Information Systems. Vol. 55, 2015 – Issue 4.
- Yue Lang, Yaqin Zheng. (2017). *A Literature Review of the Influence of Electronic Word of Mouth (eWOM) on Consumer Purchase Intention*. Open Journal of Business and Management 2017 Vol. 5 Hal 543-549 ISSN 2329-3292.
- Yusnidar, Samsir dan Sri Restuti. (2014). *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion di Kota Pekanbaru*. Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan Tahun IV, No. 12, Juli 2014, Hal. 311-329.