

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung
- Buku Pedoman Penulisan Skripsi Universitas Gresik Tahun 2020.
- Evans, Dave and Jake Mekee. 2010. “*Social Media Marketing*”. Wiley Publishing, Inc. Indianapolis.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Armstrong, 2008. *Manajemen Pemasaran*. PT Erlangga. Jakarta
- Kotler, Armstrong, 2014. *Manajemen Pemasaran Prespektif Asia*. Yogyakarta: Edisi Ke empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. USA: Prentice Hall.
- Freedman, L. (2008). Merchant and customer perspectives on customer reviews and user-generated content. *The E-Tailing Group*, (February), 1–28.
- Kotler, Philip dan Garry, Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12 Cetakan Pertama. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran Prespektif Asia*. Yogyakarta: Edisi Pertama.
- Malau Harman, 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung :Penerbit Alfabeta
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Terry G, Rue Leslie, 2016. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Tjiptono, 2009. *Service Management*. Yogyakarta : Edisi Ke dua.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Jurnal (Penelitian Terdahulu):

- Andryanto, R. D. & Haryanto, J. O. (2010). Analisis Pengaruh *Internet Marketing* terhadap Pembentukan *Word of Mouth* dan *Brand Awareness* untuk Memunculkan *Intention to Buy*. *Jurnal Manajemen Teknologi*, IX(1).
- Aditya Gusrah Arsyalan, Dr. Maya Ariyanti, 2019, *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Bandung Di Shopee*. Prodi S-1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom.
- Aini Nur Nike, Mulyati Awin, dkk, *Analisis Pengaruh Advertising dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kosmetik Warda di PT Transmart Rungkut Surabaya*. *Jurnal Manajemen Ekonomi Bisnis* Volume 2, 2017:117-127
- Alaziz, M. R. (2018). *Pengaruh E-wom dan brand MNDED terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Konsumen Sepatu sports Nike Di Kota Jombang)* (Doctoral dissertation, STIE PGRI DEWANTARA).
- Alim, S. A., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh persepsi label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk fesyen muslim (survei pada pelanggan produk zoya muslim di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 127-134.
- Antonio Eli Lomi Nyoko¹, Anthonia Debora Dila Samuel², 2019, *Pengaruh electronic word of mouth (e-wom) di media sosial facebook terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pelanggan Muca Cafe Kupang)*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana-Kupang.
- Arifai, A. A., & Trihandayani, Z. (2018). Harga, Kualitas Produk dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Tas KW Cartier di Kalangan Mahasiswi sebagai Penunjang Penampilan Kuliah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(3), 16-22.
- Devi, L. K. I. (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee (studi kasus pada mahasiswa di Surabaya)* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Emawati, Y., Siburian, P. S., & Asnawati, A. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Di Sosial Media Facebook Terhadap Keputusan Pembelian Tas Wanita Di Online Shop Celia Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, 4(2).

- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Faris Nurrohman, 2018, *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Kasus pada Smartphone Merek Blackberry di Yogyakarta), Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fatmawati, A., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk tas dan sepatu CHARLES & KEITH (Studi Kasus Konsumen Charles & Keith Paragon Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 163-173.
- Gesong Rista Triana, *Pengaruh Personal Selling dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Polis Pada Nasabah Life Agency Chubb Life Surabaya pada PT Toko Marine Life Indonesia*. *Jurnal Manajerial Bisnis Volume 2*, 2019:2597-503x
- Goyette I., Ricard, L., J., B., & F., M. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5–23.
- Habibah, U. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *JEB17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(01).
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson, N. (2020, November). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-WOM, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Pixy. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 1351-1363).
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 10(2), 1-15.
- Iswara, G. A. N., & Santika, I. W. (2019). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli Sepatu Merek Bata. *E-Jurnal Manajemen*, 8(8), 5182.
- Kadek Ayuk Riska Oktavenial I Gusti Agung Ketut Sri Ardani, 2019, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali

- Lutfiah, Q., & Dewi, C. K. (2016). Pengaruh E-wom Terhadap Online Purchase Intention Pada Produk Fashion Online, 3(2 Shop Khayna. *eProceedings of Management*).
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101-115.
- Maria Agustin Putri, 2018, *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE WISATA BUKIT RHEMA MAGELANG*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Muhamad Juliatri Chairul Akbar Sunarti, 2018, *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading)*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Nurzaman, R. S. (2020). *Pengaruh life style dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) pada media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian Hijab Zoya di Kota Bandung* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48-56.
- Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kosmetik Warda di PT Transmart Rungkut Surabaya*. *Jurnal Manajemen Ekonomi Bisnis* Volume 2, 2017:117-127
- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh e-wom dan persepsi nilai terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja online di Lazada. *Jurnal eodemica*, 4(1), 117-124.
- Setiani, L. R. (2019). *Pengaruh Beauty Vlogger sebagai Elektronik Word of Mouth (e-WOM) dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Sitanggang, N. E. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) pada Instagram Terhadap Keputusan Pembelian di Geprek Benu Medan.
- Suhartono, A. (2018). *Pengaruh e-wom dan citra merek terhadap niat beli pada produk laptop acer di surabaya* (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).

- Sukoyo, K. S., Yasmin, M. S., & Aliyya, Z. (2019, August). Persepsi Konsumen Terhadap Electronic Word Of Mouth (E-WOM) yang Dikendalikan Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 1246-1256).
- Sumiati, S., & Mujanah, S. (2018). Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Paris pada Mahasiswa. *AMAR (Andalas Management Review)*, 2(2), 1-10.
- Supangkat, A. H., & Supriyatin, S. (2017). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian tas di intako. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(9).
- Selvany Chichilia Lotulung¹ Joyce Lapijan² Silcyljeova Moniharapon³, 2015, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Wom (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada Cv.Tristar Jaya Globalindo Manado*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Thurau, T. H., Gwinner, K. P., Wals, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic Word-of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motive Consumers to Articulate Themselves On the Internet. *Journal of Interactive Marketing*, XVIII(1), 38-52.
- Tommi Wijaya¹ dan Eristia Lidia Paramita², 2014, *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Dslr*. Universitas Kristen Satya Wacana Jl. Diponegoro 52-60 Salatiga.
- Utami, D. W., & Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Café Roti Gempol Dan Kopi Anjis Bandung. *eProceedings of Management*, 3(2).
- Vega Amarakka¹ & Reni Shinta Dewi², 2019, *Pengaruh Kualitas Produk Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Portobello Semarang*. Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro.
- Velita, R., Barusman, A. R. P., & Saptarini, V. (2019). Pengaruh e-Wom dan Review Produk pada Market Place Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Jadi Di Bandar Lampung. *VISIONIST*, 8(1)..
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11-18.

Website

www.kominfo.go.id, 2015