

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Y. T. 2020. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* Shopee. Pekanbaru: Universitas Islam Riau
- Buchari Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Ferdinand, Agusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hutami Permata Sari. *Pengaruh Elctronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android*. *J ilmu Manaj.* 2014;1(5):1693 – 1790. ISSN
- Ilmiyah, K., & Krishermawan, I. (2020). Pengaruh Ualasan Produk, Kemudahan Kepercayaan, Dan Harga Tarehadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Jurnal Manajemen* 6(1)
- Indah Fajriyati, Vivi Ristanti. (2023). *Pengaruh Electronoc Word Of Mouth Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Marketplace Shopee*.
- Kotler Dan Keller Dalam (Yuliantari & Wiwin 2018). Faktor – Faktor *Keputusan Pembelian*.
- Kietzman, & Canhoto. (2013). Bittersweet! Understanding and Managing Electronic Word Of Mouth. *Journal of Public Affairs*, 18.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lena Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Maeketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Kumbara, Vicy Brama. 2021. “Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse.” *Jurnal Ilmu Manjemen Terapan* 2.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip – prinsip Marketing *Edisi ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

- Mowen Dan Minor Dalam Donni Juni (2017.P.119). *Jenis – Jenis Kepercayaan Konsumen*.
- Maharani, A.D. 2010. Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (tidak diterbitkan).
- Priansa, D. J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung : Pustaka Setia
- Rahma Gusmawati Tammu, Stefani Marini Palimbong. (2022) Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian online melalui Shopee.
- Sulistiowati, I, dan Heryenzus. (2018). Pengaruh Sikap dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk online (studi kasus pada online shop grostas import batam). *JIM UPB*, 6(1), 19 -26
- Semovitz, Andy. (2014). *Word Of Mouth Marketing How Smart Compaines Get People Talking*. Amrica: Published by Greenleaf Book Group Press Austin
- Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/2014-2023-nilai-transaksi-tokopedia-tebesar-dibandingkan-e-commerce-lainnya>
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Santoso, Slamet., (2013), *Statistik Ekonomi Plus Aplikaasi SPSS*, Ponogoro: Umpo Press
- Tjiptono, Fandi. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.2020.pp.21-125