

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Candra Gunawan, F. S. 2018. Pengaruh bauran promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik maybelline di kota padang. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "KBP"*. 1-14.
- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Duabelas. Alfabeta. Bandung.
- Baruna Hadi Brata, S. H. 2017. The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on nitchi at pt. Jaya swarsa agung in central jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*. 2(4): 433-445.
- Christy M.K.Cheung, d. M. 2012. What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. *Decision Support Systems*, 53(1), 218-225.
- Duffet, R. 2017. Influence of Social Media Marketing Communication on Young Consumers' Attitudes. *Young Consumers, Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 18(1): 19-39.
- EunHa Jeong, S. J. 2011. Restaurant experiences triggering positive electronic word-of-mouth (eWOM) motivations. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2): 356-366.
- Ferryal Abadi, H. 2019. Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian beras organik di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. 4(1): 1-8.
- Fetrisen, N. a. 2019. Analisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek aicos produksi PT. Bumi sarimas indonesia. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "KBP"*. 1-9.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Trans: Application of Multivariate Analysis Using SPSS)*. Badan Penerbit UNDIP, ISBN 979.704.300.2. Semarang.
- Giovani Santoso, A. T. 2018. Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Pada Generasi Z Indonesia. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 11(3): 231-242.
- Herawati, S. D. 2019. Predicted purchasing decision from lifestyle, product quality and price through purchase motivation. *Journal of Economic Education*. 8(1): 1-11.

- Heryanto, I. 2015. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2): 80-101.
- Hidayati, N. L. 2018. Pengaruh viral marketing, online consumer reviews dan harga terhadap keputusan pembelian shopee di Surabaya. *Jurnal pendidikan tata niaga*. 6(3): 77-84.
- Hidvegi, K.-E. 2016. Assessing the Online Purchasing Decisions of Generation Z. *FIKUSZ'16 Symposium for Young Researches*, 173-181.
- I Kadek Rupayana, I. W. 2021. Pengaruh kualitas produk, impulse buying dan electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan pembelian pada produk smartphone merek oppo di kota Depansar. *Jurnal Widya Amrita*. 1(1): 233-247.
- In Sofiani, A. I. 2019. siRancang Bangun Aplikasi E-Marketplace Hasil Pertanian Berbasis Website dengan Menggunakan Framework Codeigniter. *Jurnal Manajemen Informatika.*, 10(1): 25-32.
- insights,i.2019.PetaE-CommerceIndonesia. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>. 16 Oktober 2021 (18:54)
- Isabelle Goyette, L. R. 2010. E-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Contex. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1): 5-23.
- Ivana Hustić, I. G. 2015. The influence of price on customer's purchase decision. *Faculty of Organization and Informatics*, 27-32.
- Joseph F. Hair, W. C. 2010. *Multivariate Data Analysis*. 7<sup>th</sup> ed. Pearson Education. New Jersey.
- Judith A. Chevalier, d. D. 2016. The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Book Reviews. *Journal of Marketing Research* 43(3): 345-354.
- Kadek Aria Satriawan, P. Y. 2020. The role of purchase intention in mediating the effect of perceived price and perceived quality on purchase decision. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences* 7(3): 38-49.
- Kietzmann, J. d. 2013. Bittersweet! Understanding and Managing Electronic Word of Mouth. *Journal of Public Affairs* 13(2): 146-159.
- Lidwina, A. 2021. Gaji Generasi Z dan Milenial Banyak Dibelanjakan di E-Commerce. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/09/gaji-generasi-z-dan-milenial-banyak-dibelanjakan-di-e-commerce>. 17 Oktober 2021 (18:56).

- Luthfiyatillah, A. N. 2020. Efektifitas media instagram dan e-wom (electronic word of mouth) terhadap minat beli serta keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks* 5(1): 101-115.
- Manullang, M. H. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Indomedia Pustaka. Yogyakarta.
- Mujiyana, I. E. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *J@TI Undip* 8(3): 143-152.
- Muliasari, I. 2018. Pengaruh Harga dan Proses Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Instamie (Survey Pada Konsumen Kafe Instamie Jl. Tamansari No.15 Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 11(1): 15-24.
- Noviandi, A. 2021. Pengaruh e-wom (electronic word of mouth) terhadap keputusan pembelian produk food & beverage secara online pada marketplace tokopedia. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)* 2(1): 25:29.
- Novita Sari, M. s. 2017. Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister* 3(1): 96-106.
- Opiida.2014.ApaituE-Marketplace.  
<https://tokokhalista.wordpress.com/2014/04/11/apa-itu-e-marketplace/>. 17 Oktober 2021 (19:02).
- Philip Kotler, G. A. 2009. *Marketing on Introduction*. 9<sup>th</sup> ed. Pearson Education. New Jersey.
- Philip Kotler, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tigabelas. Terjemahan Bob Sabran, MM ed., Vol. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Philip Kotler, K. L. 2012. *Marketing Management*. 14<sup>th</sup> ed. Pearson Education. New Jersey.
- Philip Kotler, G. A. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 13<sup>th</sup> ed. Erlangga. Jakarta.
- Prihat Agung, M. H. 2019. Pengaruh kualitas produk, harga dan word of mouth (WOM) terhadap keputusan pembelian baju seventyfour pada bandung super model Malang. *e-jurnal Riset Manajemen* 8(15): 14-22.
- Rudi Yanto Batara Silalahi, L. A. 2018. Pengaruh kualitas produk, tempat, dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di pasar seken aviari. *Jurnal Elektronik REKAMAN* 2(1): 83-94
- Santosa, A. T. 2019. Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, store atmosphere, dan e-wom terhadap keputusan pembelian (survei terhadap konsumen

- zenbu house of mozaru paris van java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha* 18(2): 164-167.
- Sedarmayanti. 2009. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Edisi Ketiga. Mandar Maju. Bandung.
- Sharen G. Tulanggow, T. M. 2019. Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pada pembelian PT. Shopee international di kota manado. *Jurnal Administrasi Bisnis* 9(3): 35-43.
- Singh, D. A. 2014. Understanding The Generation Z: The Future Workforce. *Journal of Multidisciplinary Studies (SAJMS)* 3(3): 1-5.
- Siti Lam'ah Nasution, C. H. 2020. Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (survei pada mahasiswa S1 fakultas ekonomi jurusan manajemen universitas labuhan batu). *Jurnal Ecobisma* 7(1): 43-53.
- Sugiyono. 2016. *Metode penelitian pendidikan : (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Edisi Keenam. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. 2013. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Bayu Media Publishing. Malang.
- Umar, H. 2000. *Metodologi penelitian aplikasi dalam pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Wiratna Sujarweni, V. 2015. *Metodologi penelitian bisnis ekonomi*. Edisi Pertama. Pustaka Baru. Yogyakarta.