

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Ani, J., B. Lumanauw., dan J.L.A. Tampenawas. 2021. Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado. *Jurnal EMBA* 9(2):663-674.
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Cheung, C.M, dan Lee, M.K. 2012. What Drives Consumers to Spread Electronic Word of Mouth in Online Consumer-Opinion Platforms. *Decision Support Systems*, (53), 218–225.
- Fadila, A., T.P.L. Bulan dan S. Amilia. 2021. Pengaruh Kepercayaan, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Di Pangkalan Brandan. *JIM Manajemen: Manajerial Terapan* 1(1):19-26.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi kedelapan. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Handoko, T. H. 2013. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta
- Hasan, A. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Ismagilova, E. 2017. *Electronic Word of Mouth (eWOM) In The Marketing Context*. Springer Nature. Switzerland.
- Jalilvand, M.R. dan N. Samiei, N. 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* 30(4):460-476.
- Kotler, P. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Prehallindo. Jakarta.
- _____ dan G. Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15. Global Edition. Pearson. England.

- _____ dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Pearson Pretice Hall. England.
- Lupiyoadi. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mudiar, W dan D.R. Hervianto. 2019. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Online Tokopedia. *Simposium Nasional Ilmiah dengan tema: (Peningkatan Kualitas Publikasi Ilmiah melalui Hasil Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat* 7(6):415-423.
- Priansa, D.J. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta. Bandung.
- Putra, F.F dan M.E. Saputri. 2020. Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Bukalapak. *e-Proceeding of Management* 7(2):6212-6222.
- Rangkuti, F. 2015. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Setiadi, N.J. 2014. *Perilaku Konsumen*. Kencana Prenada Media. Jakarta.
- Sunyoto, D. 2015. *Strategi Pemasaran*. Center for Academic Publishing Service (CAPS). Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality and Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- Wijaya, I.G.N.S., N.W.C.A. Pratami., N.N. Muryatini dan I.G.D. Yasa. 2022. Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen* 11(1):190-209.