

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Are, A. D. K dan Retno S. 2019. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Di Shopee Indonesia. *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.12 No. 2, Hal: 217-230.
- Aryaditya, B. A dan Khuzaini. 2020. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 9 No. 4. Hal: 1-22, e-ISSN : 2461-0593.
- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ayuningtiyas, K. dan Hendra G. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*. Vol. 2, No. 1, Hal: 152-165. e-ISSN: 2548-9909.
- Dewi, A. F, Nawangsih, dan Riza B. S. 2020. Pengaruh Electronics Word of Mouth dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Shopee pada Kalangan Masyarakat Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Management*. Vol. 2 No. 4, Hal: 222-229, E-ISSN : 2715-5579.
- Fadila A, Tengku P. T. B, dan Suri A. Pengaruh Kepercayaan, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Di Pangkalan Brandan. *JIM Manajemen: Manajerial Terapan*. Vol 1, No. 1, Hal: 20-27.
- Ghofur, M. A., dan Marsudi L. / 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Honda CBR250RR. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 10 No. 8. Hal: 1-22, e-ISSN: 2461-0593.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hatta, I., H., Widarto R., and Sudarmin P. 2018. Analysis Of Product Innovation, Product Quality, Promotion, And Price, And Purchase Decisions. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law Vol. 16, Issue 5 Pp: 183-189 ISSN 2289-1560*.

- Ishak, A. M dan Tri Y. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Pembelian Coffee Beer. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 7 No. 11. Hal: 1-17, e-ISSN : 2461-0593.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Gary Amstronng. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Phillip dan Gary Amstronng. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Y., dan Mashariono. 2021. Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Zahra Catering. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 10 No. 1, Hal: 1-13. e-ISSN: 2461-0593
- Mantauv, Citra Suci. 2020. Pengaruh Word Of Mouth Marketing Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Tamiang. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*. Vol. 8 No. 3, Hal: 383-391, ISSN Cetak : 2337-3997, ISSN Online : 2613-9774.
- Muliasari, Dewi. 2019. The Effect Of Product Price And Product Quality On Purchasing Decisions For Samsung Brand Handphones Among Stie Aas Surakarta Students. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR) Vol. 3 Issue 4 Pp: 501-506 ISSN: 2622-4771*
- Nasution, A. E, Linzzy Pratami P, Muhammad Taufik L. 2019. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*. Vol. 1 No. 1, Hal: 194-199, ISSN: 2714-8785.
- Pilipus, R. R, Muhammad Fikry A., dan Wira B. 2021. Pengaruh Wom (Word Of Mouth), Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum Thai Drinks Samarinda. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. Vol 4. No 1. Hal: 61-72, P-ISSN 2620-9551 E-ISSN 2622-1616.
- Prayitno, B. B. dan Nurul N. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha R15. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 8, No. 2, Hal: 1-23, E-ISSN: 2461-0593
- Priansa, D., J. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

- Purba, F. R and Eristia L. P. 2021. The Influence of eWOM and Customer Satisfaction on Purchasing Decisions. *International Journal of Social Science and Business*. Vol. 5, Issue 4, Pp. 575-585 P-ISSN: 2614-6533 E-ISSN: 2549-6409
- Puspita, D. L., Edy Y. dan Sunarti. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Konsumen Charles & Keith di Tunjungan Plaza Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 34 No. 1, Hal: 79-85.
- Rembon, A., Lisbeth M., dan Emilia G. 2017. Pengaruh *Word Of Mouth* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Kangzen Kenko Indonesia Di Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 5 No. 3, Hal: 4585-4594, ISSN 2303-1174.
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sari, M. P, Luluk A. R., Duan R., dan Vicky F S. 2020. Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. *Jurnal Entrepreneur dan Bisnis (JEBI)*. Vol. 1, No. 2, Hal: 122-129.
- Sari, Vivi Endah. 2019. Pengaruh *E-WOM, Lifestyle*, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Ticket Online Booking* Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *eJournal Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 4, Hal: 474-487, ISSN: 2355-5408.
- Sernovitz, Andi. 2014. *Word of Mouth Marketing*. New York: Kaplan.
- Solihin, Dede. 2020. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, Vol. 4, No. 1, Hal: 38-51, ISSN : 2580-3220, E-ISSN : 2580-4588.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Susanto, Herlambang. 2014. *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran)*. Yogyakarta: Gosen Publishing.
- Tjiptono, Fandy dan Greforius, Chandra. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2017. *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian, Yogyakarta: Andi.

Tricahyanti, M. A. dan Masharion. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Samsung. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 7 No. 6, Hal: 1-18. e-ISSN: 2461-0593

Wardoyo dan Intan A. 2017. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 19, No. 1, ISSN: 1411-3422.

