

DAFTAR PUSTAKA

- Andhini, A. 2017. Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan pada E-commerce. *Vol.6.7 PP. 2461-0593, Juli 2017.*
- Anwar, R dan Wijaya, A. 2018. Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Beli Belanja Online. *Vol. 14.2. Juni 2018.*
- Aptaguna dan Pitaloka. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa G0-JEK. *Jurnal Vol.3 PP. 2337-7313, Maret 2018.*
- Ardyanto, A. Heru, dan Riyandi. 2019. Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-commerce terhadap Keputusan Pembelian Online. *Vol. 22. Mei 2015.*
- Arikunto, S .2018. *Prosedur Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Arnindita, P. M dan Anik. 2018. Pengaruh Kualitas produk, Kemudahan, dan Harga terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Vol. 16.1. Juni 2018.*
- Darwin, S dan Yohanes. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Asuransi Jiwa Manulife. *Jurnal Manajemen Vol. 2.*
- Dwi, C. F. Andiriani dan Srikandi. 2018. Abalisis factor-faktor Pembentuk Elektronik Word of Mouth dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli. *Vol. 37.1. Agustus 2018.*
- Dwi, J. R. 2019. Penaruh Harga Dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Vol. X.1. April 2015.*
- Ferdinand, A .2019. *Metode Penelitian Manajemen.* Semarang : Badan Univesitas Diponegoro.
- Ghozali, Iman .2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19,* cetakan kelima. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Iman .2018. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS, cetakan keempat.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Goyetta, I., Richard, L., Bergerom, J., and Marticotte, F. 2019. E-wom Scala : Word of Mouth measurement Scala For Eservice Context; Canadian. *Journal of Administrative Sciences, 27 .1, 5-23.*
- Humairah, A dan Lili. 2018. Analisis Faktor Electronic Word of Mouth .e-WOM dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Vol.VI .2.*
- Kartika, C dan Dwi. 2019. Pengaruh Electronic Word of Mouth .e-WOM Twitter @batikhair terhadap Brand Image. *Vol. 14.01. Mei 2019.*
- Kotler, P dan Armstrong, G .2018. *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Edisi 12,

jilid 1.

Jakarta : Erlangga.

Kotler, P dan Keven, K .2019. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Edisi 13.

Jakarta

: Erlangga.

Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., dan Pan, B. 2018. Electronic Word of Mouth in Hospitality and Tourism. *Management Vol. 29.3* : 458-468.

Nisrina, F.S dan Harry, S. 2018. Analisa Pengaruh Presepsi Kemudahan dan Presepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kpercayaan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* 149-160.

Noor, E. Z. 2017. Peran Mediasi dan Presepsi Risiko pada hubungan antar Electronic Word of Mouth .e-WOM dan Minat Beli. *Vol. IX, Maret 2017*.

Novirina, S. I dan Yoestini. 2017. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1.1*.

Rambat Lupioyadi .2017. *Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

Rita, Karna, H. dan Natalia. 2018. Electronic Word of Moth Foursquere : The New Social Media. *Vol. 4.2. November 2018*.

Sari, N., Muhammad dan Jammaludin. 2017. Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 03.1. Januari 2017*.

Sugiyono, Wibowo, E .2020. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.Sunyoto, D .2017. *Konsep Dasar Riset dan Prilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS .Center For Academic Publishing Service.

Schiffman, Leon, Kanuk, dan Leslie .2020. *Prilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh : Jakarta PT. Indeks.

Schiffman, I. G dan Kanuk .217. *Consument Behavior*. New Jarsey : Person Prestice Hall.

Tiltay, M. A. 2019. The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention : An Application Concerning Cell Phone Brands For Youth Consumers in Turkey. *Eskisehir Osmaganzi University of Nevada, 8.2, 61-68*.

Tjiptono .2018. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga. Yogyakarta : Andi