

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. dan A. L. B. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Cooper dan Emory. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Fitri Yunitasari. (2018). PENGARUH DIMENSI ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *IEEE Communications Surveys and Tutorials*, 15(4), 2046–2069. <https://doi.org/10.1109/COMST.2015.2457491>
- Fristiana, Dessy Amelia, Apriatni Endang Prihatini, and S. L. (n.d.). “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis 1.2*.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang:).
- Hadi, S. P. (2007). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayanto, A. N., Ovirza, M., Anggia, P., Budi, N. F. A., & Phusavat, K. (2017). The roles of electronic word of mouth and information searching in the promotion of a new E-commerce strategy: A case of online group buying in Indonesia. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 12(3), 69–85. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762017000300006>
- Kanuk, S. &. (2004). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Prentice Hall.
- Keles Dikna Marial Paulus Kindangen² Farlane S. Rumokoy³. (2016). the Effect of Electronic Word of Mouth on Consumer Buying Decision in Lazada. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1).
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fourth Edi). English: Pearson Education Inc.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid I.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1 da). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1 da). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lerrthaitrakul, W., & Panjakajornsak, V. (2014). The Impact of Electronic Word-of-Mouth Factors on Consumers’ Buying Decision-Making Processes in the Low Cost Carriers: A Conceptual Framework. *International Journal of Trade*,

Economics and Finance, 5(2), 142–146.
<https://doi.org/10.7763/ijtef.2014.v5.357>

- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Nela Evelina. (2011). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, c, 203–213.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>
- Nurrohman, F. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Smartphone Merek Blackberry di Yogyakarta)*.
- Rahayu, N. K. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth pada Keputusan Pembelian Konsumen Kendaraan Roda Empat Merek Honda. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 3(1), 56. <https://doi.org/https://doi.org/10.3929/ethz-b-000238666>
- Samson, R., Mehta, M., & Chandani, A. (2014). Impact of Online Digital Communication on Customer Buying Decision. *Procedia Economics and Finance*, 11(14), 872–880. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(14\)00251-2](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(14)00251-2)
- Singarimbun, Masri, Efendi, S. (2000). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: PT. Pustaka LPJES Indonesia.
- Stanton. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Wicaksono. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.