

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, R. (2018). Gambaran harga, karakteristik produk serta keputusan pembelian mobil toyota innova di bandung. *Journal of Business Management Education*, 3(1), 114.
<http://content.ebscohost.com/ContentServer.asp?EbscoContent=dGJyMNLe80Sep7Q4y9f3OLCmr1Gep7JSsKy4Sa6WxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGptk%2B3rLJNuePfgex43zx1%2B6B&T=P&P=AN&S=R&D=buh&K=134748798%0Ahttp://amg.um.dk/~media/amg/Documents/Policies and Strategies/S>
- Agustiana, V., & Adi, U. J. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee.co.id*. 2(1), 215–217.
<https://doi.org/10.1090/nml/050/92>
- Ahmad, N. (2014). Impact of Word of Mouth on Consumer Buying Decision. *European Journal of Business and Management*, 6(31).
- Ampadu, S., Jiang, Y., Debrah, E., Antwi, C. O., Amankwa, E., Gyamfi, S. A., & Amoako, R. (2022). Online personalized recommended product quality and e-impulse buying: A conditional mediation analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64(November 2021), 102789.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102789>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktik Riset Komunikasi Pemasaran terpadu*. UB Press.
- Ferdiansyah, G. (2017). Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Yang Dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen (Survey pada Pengguna E-Commerce di Indonesia). *Journal of Business Management Education*, 1(3), 17–20.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WoM Scale: Word of Mouth Measurement scale for e-Service Context. *Canadian Journal of Administrative Science*, 27(1), 5–23.
- Gozhali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penerbit-Undip.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Darmawan Erlangga Satya (ed.); 13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Limjong, C. H., & Nasution, S. L. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee. *Jurnal Ecobismi*, 7(1), 43–53.
- Mappesona, H., Ikhsani, K., & Ali, H. (2020). Customer purchase decision model, supply chain management and customer satisfaction: Product quality and promotion analysis. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(1), 592–600.
- Marantika, W., & Sarsono, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Word of Mouth, dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Pengunjung Toko Amigo Pedan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 114. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.633>
- Mujiyana, I. E. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian via internet pada toko online. *Academician*, VIII(3), 143–152.
- Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Pengaruh E-Trust, E-Product Quality Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 16(1), 162–173.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh online customer review, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee (studi kasus pada mahasiswa ubsi). *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439–450. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i4.1704>
- Nurvidiana, R., Hidayat, K., & Abdillah, Y. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Republica Cafe Malang Jalan Mt. Haryono Gg. XI Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2).
- Orville, C., Walker, B., Harper, W., & Larreche, J. C. (2005). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Erlangga.
- Pradana, A. F. P., Hasan, S., Putra, A. H. P. K., & Kalla, R. (2021). Moderating of SERVQUAL on E-WOM, Product Quality, and Brand Image on and E-commerce Purchase Intention. *Golden Ratio of Mapping Idea and Literature Format*, 2(1), 36–51. <https://doi.org/10.52970/grmilf.v2i1.135>

- Pratama, S. A., & Permatasari, R. I. (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor Pt. Dua Kuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(1), 38–47.
- Rizky, D., & Triwardhani, Y. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Pada Kelompok Remaja. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 1059–1076.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20164>
- Salaka, E. P. (2019). Pengaruh Word of Mouth, Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Kota Semarang. *Skripsi*, 1–10.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta:PT Indeks.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung:Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif* (m. . dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.); Edisi ke 2). Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. CV Andi Offset.
- Tulanggow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT . Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 35–43.
- Tumanggor, W., & Sarah, E. M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Wahana Chemindo Jaya Medan. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(3), 117–125.
- Wang, F., Wang, M., Wan, Y., Jin, J., & Pan, Y. (2021). The power of social learning: How do observational and word-of-mouth learning influence online consumer decision processes? *Information Processing and Management*, 58(5), 102632. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102632>
- Wibowo, F. P. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian Pada Perusahaan PT Gojek Indonesia (Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi Online - Gojek Di Tangerang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 9(1), 27–38.

www.sanken.co.id. (2020). *Sanken*.

Zuraidah, E. (2018). Knowledge Management System Untuk SDM Menggunakan Seci Model (Studi Kasus: Koperasi Karyawan). *Jurnal Informatika*, 5(1), 157–168. <https://doi.org/10.31311/ji.v5i1.2481>