

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama 2020, Pengantar Manajemen, Penerbit AE Publishing, 2020.
- Afandi 2018, Dasar-dasar Manajemen, Penerbit Inteligencia Media Jl. Joyosuko Metro IV/No 42 B, Malang, Indonesia
- Alghifari, E. S. et.al. (2022). STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH UNTUK KAOMUNIKASI KONSUMEN. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 8(2).
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. 2020. Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap proses keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107.
- Arief Rakhman Kurniawan. 2014. *Total Marketing*, (Yogyakarta:Kobis), hlm. 18
- Ar-rouf, M. R., Rachma, N., & Mustapita, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Website Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee (Studi kasus pada mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(10).
- Assauri. 2015. *Manajemen Pemasaran Dasar, konsep dan strategi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39-52
- Balhar, M. A., & Khuzaini, K. (2021). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE SHOPEE. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(10).

- Brestilliani, L., & Suhermin, S. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(2).
- Damayanti, D., & Putro, S. D. (2022). PENGARUH ELECTRONIC SERVICE QUALITY (E-SERVQUAL) DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PENGGUNA SHOPEE. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 187-198.
- Danang Sunyoto, Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, (Yogyakarta: CAPS, 2014) hlm 16
- Erpurini, W., Pratama, M. R., & Haryono, I. D. (2022). THE EFFECT OF PRICE AND FREE SHIPPING TAGLINE ON PURCHASE DECISION AT E-COMMERCE SHOPEE (STUDY ON ALUMNI OF SMAN 13 BANDUNG). *Jurnal Ekonomi*, 11(01), 466-472.
- Fhonna, R. A., & Utami, S. (2018). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KETERLIBATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPERCAYAAN PADA KONSUMEN SHOPEE DI UNIVERSITAS SYIAH KUALA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(3), 20-32.
- Ginting, J. V. B., Chairia, C., & Ramles, P. (2021). Pengaruh Harga, Review Produk, Jaminan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Situs Jual Beli Online Shopee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 169-173.
- Habibah, U. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *JEB17: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(01).

- Habibie, R. S., & Hadi, M. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(2), 569-572.
- Hidayat, G., Rachma, N., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2016-2018). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(11).
- Ismagilova, E, Dwivedi, Y. K. Slade dan Wiliams, M. D. 2017. Electronic Word Of Mouth (eWOM) in the Marketing Context (a State of The Art Analysis and Future Directions). UK : Springer
- Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis e-WOM, online shopping experience dan trust terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen e-Commerce Shopee pada mahasiswa pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 11(2), 289-307.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2016. Philip & Armstrong, Gary. Principles Of Marketing. Pearson.
- Kotler dan Armstrong 2018, Marketing Management 15e ed. Pearson Education, INC.
- Kotler dan Keller. 2016. Marketing Mangement. Edition 15 Pearson Education Limited : United States.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2018. Priciple of marketing,17e Global Edition, Pearson Education Limited, New York.
- Mahfoedz. 2015. Proses Keputusan pembelian. Salemba Empat, Jakarta.
- Mahliza, F., Nugroho, L., & Putra, Y. M. (2021, February). The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at

- Tokopedia Online Shopping Site. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 1071, No. 1, p. 012017). IOP Publishing.
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548-557.
- Nurdiansyah dan Rahman 2019, Pengantar Manajemen dan Bisnis, Penerbit K-Media Anggota IKAPI No.106/DIY/2018 Banguntapan, Bantul, Yogyakarta
- Pramesti, A. S., Broto, B. E., & Rambe, B. H. (2022). The Influence of Price, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Discount and Tagline" Free Shipping" on Purchase Decisions at Shopee Market Place (Case Study on Students at the Faculty of Economics and Business, Labuhanbatu University). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(1).
- Prasetyono, A. S., Suyono, J., Artaya, I. P., & Faviandhi, Q. (2021). The Impact of Promotion and Price on Purchase Decision Consumers at Marketplace Shopee. *IJIEEB International Journal of Integrated Education, Engineering and Business eISSN 2615-1596 pISSN 2615-2312*, 4(2), 79-86.
- Putri, R. A. A., & Rismawati, R. (2022). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN E-WOM TERHADAP PURCHASE DECISION SHOPEE PADA GENERASI Z. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(7).
- Rudiansyah, R., Basalamah, M. R., & Mustapita, A. F. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dan Kualitas Informasi Pengguna E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Shopee (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2018 Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(08).
- Schiffman, L.G,dan Kanuk,L.L. 2016. Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Indeks.

- Sholichin, A. S., & Wisnalmawati, W. (2021). The Effect Of Price, Transaction Security, Online Consumer Review, and Viral Marketing on Purchase Decision in E-Commerce Shopee. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 4(2), 121-132.
- Solikhah, A. N., & Krishernawan, I. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, DAYA TARIK IKLAN, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI UNIVERSITAS MAYJEN SUNGKONO MOJOKERTO). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 154-166.
- Sudarsono 2020, Manajemen Pemasaran Modern Liberty, Yogyakarta
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung Alfabeta, CV
- Sulistiani, S. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada Produk Hydro Coco PT. Kalbe Farma. *Jurnal EDUKA: Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 2(1), 18–28.
- Tammu, R. G., & Palimbong, S. M. (2022). Pengaruh electronic word of mouth, gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembeli online melalui shopee. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 433-438.
- Thamrin dan Francis 2018, Pengantar Manajemen Pemasaran Jasa, DEEPBULISH
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2017. Pemasaran Strategik (3rd ed.). Yogyakarta: Andi
- Yenni Arfah, SE.,M.AK. 2022, Proses Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional. Tebing Tinggi.