

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, K. dkk. Pengaruh E-Service Quality dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan jasa Marketplace Tokopedia. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Amstrong, P. K. (2018). Berdasarkan Prinsip Pemasaran. Jakarta.
- Aprianingsih, A. S. (2017). The Influence of Perceived Service and E-Service Quality to Repurchase Intention The Mediating Role of Customer Satisfaction Case Study:Go-Ride in Java. *Journal of Business and Management*.
- Ariadi dan Saino, 2014, “Pengaruh Media Sosial Twitter terhadap Loyalitas Merek Indosat IM3”. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 2 No. 4, Oktober 2014.
- Arif, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora.
- Assauri, S. (2011). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,.
- Angelia, D. (2022, Juli 27). Rajai Jumlah Unduhan Terbanyak, Bagaimana Statistik TikTok? From Good Stats: <https://goodstats.id/article/raja-jumlah-unduh-terbanyak-bagaimana-statistik-tiktok-ASDfx>
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage*. 11th Ed. New York: McGraw Hill.
- Chaffey, D. M.-C. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. London: Pearson Education Limited.
- Cheung, Christy M.K & Matthew K.O Lee. 2012. *What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms*. Decision Support Systems.
- Chendy, C. dkk. (2019). The Effect of Service Quality and Website Quality of Zalora.com on Purchase Decision as Mediated by Purchase Intention. *QUALITY MANAGEMENT*.
- Eriza, Z. N. (2017). Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Risiko pada Hubungan antara Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Minat

- Beli (Studi pada Konsumen Kosmetik E-Commerce di Solo Raya). *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14–24.
- Fadillah, A., James D,D., Yunita, M. (2022). Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa FEB UNSRAT Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA*.
- Fanila. A.S. dkk. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Fandy, T. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ganarsih, M. K. (2019). Analisis E-WOM, Online Shopping Experience dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shoppe Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gunelius, S. (2015). *30 Minute Social Media Marketing*. United State : McGraw Hill.
- Hardani, d. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Medpress.
- Hoffman, K.D and Bateson, J.E.G. (2006). *Services marketing: Concepts, strategies, and cases. 3rd Edn.*, Ohio: Thomson South-Western.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic word of mouth (eWOM) in the marketing context: A state of the art analysis and future directions*. Cham: Springer International Publishing.
- I Gusti Ngurah Satria Wijaya, N. W. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Presepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen*.
- Intan Lidiya Widuri, M. M. (2022). The Effect of Online Customer Review and E-Service Quality on Consumer Purchase Decisions

on The Marketplace Shopee in Bandar Lampung. *International Journal of Regional Inovation*.

Indonesia, T. C. (2022, September 21). From CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220920115210-190-850204/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya>

Keller, W. I. (2019). *Price Promotions and Popular Events*. Journal of Marketing, 73–88.

Kim, J. (2019). *The impact of different price promotions on customer retention*. Journal of Retailing and Consumer Services, 95–102.

Kotler, P. d. (2018). Berdasarkan Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Kuswanto, A. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. Jurnal Ekonomi Bisnis, 125-134.

Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). *Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management*. 29, 458–468.

Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.

Novita Sari, M. S. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak. Jurnal Manajemen Magister.

Nugroho, I. N. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. Jurnal Ilmiah Manajemen.

Parasuraman, A. P. (2005). *E-S-Qual: A Multiple Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*". Journal of Service Research, 213–233.

Prihatini, R. R. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Precived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Pada konsumen Tokopedia. *Diponegoro Journal of Social and Politic*.

Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus *Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ramadhani, R., & Prihatini, A. E. (2018). Pengaruh electronic word of mouth dan perceived risk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tokopedia. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 8(1), 140-145.

- Redyanti, R. M. (2022). The Influence of Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth and E-Service Quality On Purchase Decision In Bukalapak Marketplace. *Journal of Business and Management Inaba*.
- Roger, U. S. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6, Buku 1. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Rowley, J. (2006). *An analysis of the e-service literature: towards a research agenda*. Internet research, 16(3), 339-359.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian Edisi 6 Buku 2.
- Semuel, H. &. (2018). Promosi Melalui Media Sosial, Brand Awareness, Purchase intention pada Produk Sepatu Olahraga. Jurnal Manajemen Pemasaran, 47-52.
- Setiadi, N. J. (2015). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Prenada Media.
- Sri Nawangsari, ., A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. Jurnal Riset Ilmiah.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet.
- Thoyibie, L. (2010). Psikologi Social Media.
- Thurau, H. e. (2004). Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms What Motivates Consumers to Articulate Themself on the Internet. *Journal of Interactive Marketing*, 38-52.
- Trattne, K. J. (2013). *Distinguishing Between Pulsed And Continuous Reconnection At The Dayside Magnetopause*. Geophysycal Research.
- Tutuh Sapitri, M. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Flashy Bandung Shop Bandung. *Business and Management*.
- Widiaputri, Y. S. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap Perceived Value dan E-Customer Satisfaction (Survei pada Pelanggan Go-Ride yang Menggunakan Mobile Application Go-Jek di Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis.