

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. F, Dan H. Wandebori. 2016. *The Impact Of Drugstore Makeup Product Reviews By Beauty Vlogger On Youtube Towards Purchase Intention By Undergraduate Students In Indonesia. International Conference On Ethics Of Business, Economics, And Social Science*, 255-263
- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Azzwars Parfum Lubeg Padang. *Ina-Rxiv*, 1–12.
- Andrew, J., & Erdiansyah, R. (2021). Analisis Pengaruh E-Wom, Online Review, Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Di Market Place Tokopedia. *Prologia*, 5(1), 127. <https://doi.org/10.24912/Pr.V5i1.8177>
- Angela, S. (2021). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Online Customer Review Dan Ewom Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stei Jakarta). In *Stei Jakarta* (Issue 2021).
- Ayunita, S. M. W. M. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Online Shopthyy Thy) Di Kota Sorong. *Jurnal Badati Ilmu Sosial & Humaniora*, 4(1), 42–53. <https://wearesocial.com>
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Batam. *Journal Of Management, Accounting, Economic And Business*, 1(1), 56–70.
- Dzulqarnain, Iskandar. 2019. P Engaruh Filtur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember
- Effendi, S., Faruqi, F., Mustika, M., & Salim, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word Of Mouth Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 22–31. <https://doi.org/10.36406/Jam.V17i02.332>
- Halim, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang Pada Terminal Lempake Di Kota Samarinda. Universitas Mulawarman Samarinda.
- Hasanah, A. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Promosi Menggunakan Aplikasi Titok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Implora Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(16), 103–114. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.7058946>
- Hestanto. (2020). Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Hestanto*, 1–1. <https://www.hestanto.web.id/proses-keputusan-pembelian/>
- Hutagaol, C. D. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Pajak Usu Kota Medan*.

- Keller, P. K. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Amstrong, G. 2019. *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. Terjemahan: Jusuf, D. I. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip., & Armstrong, G. (2019): *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154. <https://Journal.Stieamkop.Ac.Id/Index.Php/Mirai>
- Lestari, R. A., & Se, S. C. . (2018). Pengaruh Stres Dan Motivasi Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Di Pt Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung. *Doctoral Dissertation Perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas*, 64–89.
- Ningsih, Eliska Sri Putri. (2019). *Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah. Makasar.
- Nuryani, S., Pattiwael, W. P., & Iqbal, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Pada Pengguna Aplikasi Tiktokshop. *Journal Of Economics And Business*, 6(September), 444–451. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.567>
- Polla Febriano Clinton, Et Al. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/Emba.v6i4.21224>
- Putri, T., Pradhanawati, A., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2020). Pengaruh Promosi Dan Electronic Word Of Mouth Pada Marketplace Bukalapak Terhadap Keputusan Pembelian (*Studi Pada Pengguna Marketplace Bukalapak*) *Pendahuluan Pesatnya Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Di Era Globalisasi Mengharuskan Perusahaan Untuk Mamp. X*(3), 1275–1284.
- Riyan Pradesyah. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 113–122.
- Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Merek Oppo Di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 233–247.
- Rusman Latief, *Word Of Mouth Communication-Penjualan Produk*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2018), 17.

- Sanana, A., W, M. E., & Istanti, E. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Electronic Word Of Mouth (Ewom), Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Pucelle Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Surabaya. *Benchmark*, 2(1), 11–24. <https://doi.org/10.46821/Benchmark.V2i1.218>
- Sani, S. A., & Setiawan, I. P. (2020). Yume : Journal Of Management Integrasi Nilai Karakter Dalam Pembelajaran Keterampilan Menulis Siswa. *Yume : Journal Of Management*, 3(3), 84–93. <https://doi.org/10.2568/Yum.V3i3.778>
- Sari, I., Rinawati, T., & Rizkiana, C. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Online Consumer Review (Ocr) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ekonomi*, 20(2), 160. <https://doi.org/10.26623/Slsi.V20i2.5147>
- Setyawati, E. A., Murniningsih, R., & Santoso, M. (2022). *Analysis Of The Effect Of Discount Prices , Customer Reviews And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions Analisis Pengaruh Harga Diskon , Ulasan Pelanggan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. 521–532.
- Sinaga, B. A., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79–94. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V8i2.329>
- Siti Nuraeni, Y., & Irawati, D. (2021). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen The Effect Of Online Customer Review, Quality Product, And Promotion On Purchasing Decision Through Shopee Marketplace (A Case Study Of Ubsi College Student)*. 9(4), 439–450.
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/Ecobuss.V8i2.622>
- Sampir Andrean Sukoco, *New Komunikasi Pemasaran: Teori Dan Aplikasinya*, (Jawa Timur: Cv Pustaka Abadi, 2018), 165
- Syahputra, A. (2019). Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri Terhadap Kinerja Pelayanan (Trayek Bangkinang - Pekanbaru). Universitas Islam Pekanbaru.
- Tulung, J. E., & Ratu, E. P., (2022). *The Impact Of Digital Marketing , Sales Promotion , And Electronic Word Of Mouth On Customer Purchase Intention At Tiktok Shop Dampak Pemasaran Digital , Promosi Penjualan , Dan Electronic Word Of Jurnal Emba Vol . 10 No . 4 . 10(4)*, 149–158.
- Widyanto, I., & Albetris, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada Pt Pargon Tecnology And Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stie Graha Karya Muara Bulian). *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 138. <https://doi.org/10.33087/Jmas.V6i1.239>