

DAFTAR PUSTAKA

- Andari, L.K. 2012. *Analisis Pengaruh Message Appael dan Message Source Credibility Dalam EWOM Terhadap Perceived Risk Dan Attitude Towards Brand (Studi Kasus: Artikel Bondan Winarno dalam Blog Detik Food Mengenai Roppan)*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- APJII. 2019. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. <https://apjii.or.id/survei2017>. 7 April.
- Aziky, A dan Masreviastuti. 2018. Pengaruh Periklanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk e-Commerce Shopee.co.id. Vol. 4, Nomor 1.
- Bambauer-Sachse, S. and Mangold, S. 2011. *Brand Equity Dilution Through Negative Online Word-Of-Mouth Communication*. Vol. 18: 38-45.
- Bygrave, W., Zacharakis, A.; *Entrepreneurship*, John Wiley & Sons, Inc., 2008., p. 182.
- Cahya, Nur, & Shihab, M.S. 2018. *Pengaruh Persepsi Harga, Kuliatas Produk, Citra Merek dan Layana Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus Studi Kasus di PT Datascript*. Vol. 1 No. 01: 34-36.
- Daryanti, P. 2019. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Konsep E-Servqual (Studi Kasus Pelanggan Shopee)*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Foster, B. 2016. *Impact Of Brand Image On Purchasing Decision On Mineral Water Product "Amidis" (Case Study On Bintang Trading Company)*. Volume 2: 11.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. 2012. *E-WOM scale: Word-of-mouth measurement scale for eservice context*. Vol. 1 No. 27: 5-23.
- Gustianu, T. R. 2017. *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian J.Co Donuts and Coffee di BIP (Bandung Indah Plaza)*. Bandung: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan.
- H, Yaumil Amalia, dkk. 2017. *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Survey Konsumen pada Dreezel Coffee Bandung)*. Vol. 3 No. 2.

- Hennig-Thurau T., Gwinner K.P., Walsh G., Gremler D.D. 2004. *Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?*. Vol. 1 No. 18.
- Hidayah, R. T & Utami, E. M. 2017. *Pengaruh Brand Image dan e-Service Quality terhadap Proses Keputusan untuk Membeli Produk pada Alfacart.com*. Jakarta: Universitas Tarumanegara.
- Khan, A. G. 2016. *Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy*. Vol. 16 Issue 1 Version 1.0.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2010. *Principle of Marketing (Edisi 13)*. United States of America: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2014. *Principle Of Marketing 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P & Keller, L.K. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Laheba, Y. A, dkk. 2015. *Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado)*. Vol.3 No.3: 99-108.
- Lusiah, D. N. & Halim, L. T. 2017. *The Effect of Endorsement and Brand Image on Purchase Decision of Online Culinary Product. Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)*. Vol. 46.
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., Iqbal, H. K., Ali, Q., Hunbal, H., Noman, M., & Ahmad, B. 2013. *Impact Of Brand Image And Advertisement On Consumer Buying Behavior*. Vol 1 No. 23: 117-122.
- Saifullah. 2017. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Brand House Muslimah (Studi Kasus Di Outlet Zoya Di Kabupaten Kudus)*. Kudus: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam.
- Sari, Novita, dkk. 2017. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com*. Vol. 03. No.01.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L.L. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks
- Shahid, S. 7 Adeel, A. 2015. *Impact of Electronic Word Of Mouth on Purchase Intention: Moderating Role of Brand Awareness*. <https://www.academia.edu/17234257/ewom>. 11 Januari 2017.
- Sitinjak, T. 2006. *Kinerja Citra, Sikap, dan Ekuitas Merek, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Jakarta*. Hal. 35-51.

- Suwarman, U. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.
- Tabachnick, B. G., dan Fidell, L.S. 2007. *Using Multivariate Statistics*. Ed.5. Boston: Perason.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Ed. 4. Yogyakarta: Andi
- Watory, C. I. 2018. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Di Jakarta*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Wijaya, T dan Paramita, E. L. 2014. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR*. Hal. 12-19
- Sekaran, U dan Bougie, R. 2010. *Research Method For Business: A Skill Building Approach*. Ed. 5. New York: John Wiley @ Sons.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.