

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D. (2022). Pengaruh Penggunaan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari). *Skripsi Universitas Batanghari Jambi*.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Dharma, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Ekobistek Fakultas Ekonomi*, 6(2), 349-359.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek* (1st ed.). Pasuruan: Qiara Media.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gitosudarmo, I. (2017). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Khoirunnisa, D. E. V., Wilanda, S. D., Nurliana, S., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Tokopedia. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(2).
- Kietzmann, & Canhoto. (2018). Bittersweet! Understanding and Managing Electronic Word Of Mouth. *Journal of Public Affair*.
- Kotler. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Milenium ed.). Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, & Armstrong. (2017). *Pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (7th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia* (2nd ed.). Bogor: Mitra Wacana Media.
- Manurung, R. N., & Hadian, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dalam Berbelanja Online Shopee. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*.
- Morissan, M. A. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Musfar, T. F. (2020). *Bauran Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Najwah, J., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews, Harga, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)*, 5(2).
- Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, 16(1).
- Peter, J. P., & Jerry, C. O. (2017). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja). *Journal Management, Business, and Accounting*, 20(1).
- Ramli, R. A. L. P., & Silalahi, R. Y. B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Toyota Yaris Di Wilayah Batam. *Bening*, 7(1).
- Saladin, D. (2018). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran* (4th ed.). Bandung: Linda Karya.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (2017). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suhandi, Yusuf, A., & Kadarusman, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. BFI Finance Indonesia TBK Cabang Bintaro. *PERKUSI: Pemasaran, Keuangan, & Sumber Daya Manusia*, 1(2). <http://dx.doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i2.11041>
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.