

## DAFTAR RUJUKAN

- Adiwidjaja, A. J. 2017. Pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian sepatu converse. *Agora*, 5(2).
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. 2021. Pengaruh *Brand Ambassador*, E-Wom, Gaya Hidup, Country of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 1-14.
- APJII. (2020). Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia.
- Ariyanti, A. R., Hidayah, A., Astuti, H. J., Haryanto, T., Bagis, F., & Ikhsani, M. M. (2020). The Effect Of Green Marketing, Product Design, And Brand Trust On Purchase Decisions On Tupperware Products In Purwokerto. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(4).
- Asnani, O. S., & Rismawati, R. 2021. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Service Quality Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Di E-Commerce. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(2).
- Chaudhuri, A and Holbrook, M.B. 2001. “ The Chain Of Effects From Brand Trust And Brand Affect To Brand Performance: The Role Of Brand Loyalty”, *Journal Of Marketing*, Vol.65, No.2, Pp.81-93
- Ferdinand, Augusty Tae. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard,L.,Bergeron,J. & Marticotte, F 2010. “e-WOM Scale: Word of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context, Canadian” *Journal of Administrative Sciences*,27(1),5-23.
- 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.
- Hasana, S. H. 2019. *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Kecamatan Kalianget* (Doctoral dissertation, Universitas Wiraraja).
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G. and Gremler, D. D. (2004). “Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the Internet?” *Journal of Interactive Marketing*. Vol. 18 No. 1, pp. 38-52

- Hisan, K., & Rizkia, K. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Langsa). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 255-262.
- Junaidi, J. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Citra Mandiri Distribusindo* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J. & Armstrong, G. (2005). Principles of marketing. (4th ed.). England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kurniati, R. R., & Junaida, D. 2019. Pengaruh E-commerce terhadap Keputusan Pembelian pada Belanja Online Shopee (Studi pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 8(3), 154-162.
- Kustini, dkk., 2011, "Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product", *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*. 14, (1), 19-28
- Lau, Geok Then and Sook Han Lee. 1999. Consumer Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*.
- Lin, C., Wu, Y.S., & Chen, J.C. 2013. Electronic word-of-mouth: The moderating roles of product involvement and brand image. *International Conference on Technology Innovation and Industrial Management*. 3, 29-47.
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101-115.
- Maulana, Y. S., Marista, M., Nurjanah, D. S., & Hadiani, D. (2021). The Effect of Brand Image and Brand Trust on Oppo Cellphones Purchase Decision in Banjar City. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS*, 8(2), 214-225.
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. 2020. Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48-56.
- Perkasa, D. H., Suhendar, I. A., Randyantini, V., & Andrini, E. (2020). The effect of electronic word of mouth (ewom), product quality and price on purchase decisions. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 1(5), 695-706.

- Prayoga, I., & Mulyandi, M. R. 2020. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 136-140.
- Purwaningdyah, S. W. S. 2019. Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 73-80.
- Sari, V. E. 2019. Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka. Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *eJournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 474-487
- Sudarita, Y. M. I. M., & Tandyonomanu, D. 2020. Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Survey Followers Aktif Akun@ Jelitacosmetic). *Commercium*, 3(1).
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. 2019. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41-53.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. 2019. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41-53.
- Syahdiany, G., & Trinanda, O. 2019. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Customer Experience Terhadap Brand Trust Transmart Carrefour Kota Padang. *Sumber*, 30, 70.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV.ANDI.
- Widayati, L. C. N. C. C., & Crazy, A. E. 2020. The Effect of Celebrity Endorsement, Electronic Word of Mouth, and Customer Satisfaction to Purchasing Decision.
- Yadewani, D., & Wijaya, R. 2017. Pengaruh E-Commerce Terhadap minat Berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64-69.
- Yuanti, P. L. K. 2020. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Perceived Risk, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs Shopee* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).

Media online:

[https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi\\_find=Shopee](https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=Shopee)

