

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, T. & Francis, T. 2016. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Akbar, M. F. & Ugeng B. H. 2020. PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ALFAMART CABANG CIKOKOL TANGERANG. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2 (2).
- Alma, B. 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Arsyalan dan Ariyanti. 2018. *The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Shopee's Purchasing Decision In Bandung*. Prodi S-1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika. Fakultas Ekonomi Bisnis. Universitas Telkom. Indonesia.
- Arsyalan, A. G. & Ariyanti, D. M. 2019. *The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Shopee's Purchasing Decision In Bandung*. Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom.
- Ayyubi, Sholahuddin Al. 2020. Penjualan Produk Sanitasi Terus Meroket Selama Pandemi *Covid-19*. (Diakses 29 Maret 2020).
- Daud, Z. U. 2018. Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada *Green Avina Birem Puntong Langsa Baro*. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7 (2).
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program *IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusrita, D. & Rose R. 2018. Pengaruh *Marketing Mix* dan Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita Di Kota Padang. *EcoGen*, 1 (4).
- Iswara dan Santika. 2019. Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom terhadap Minat Beli Sepatu Merek Bata. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unud. Bali. Indonesia.
- Jalilvand dan Samiei, N 2012. *The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran*. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol.30. Iss; 4 pp. 460 – 476.
- Jati, A. S. 2020. Pandemi *Corona*, Penjualan *Hand Sanitizer* di *Ecommerce* Meningkat 500%. (Diakses 29 Maret 2020).
- Juliana, K. E., et al. 2018. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. Bisma: *Jurnal Manajemen*, Vol. 5 No. 1, P-ISSN: 2476-8782.

- Kotler, P. 1995. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Kevin, L. K. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid I*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P. 1995. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Mileinium*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Mardilanputra, A. A. N. 2019. *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Mobil Daihatsu Xenia Di Kabupaten Sleman)*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mubarok M. M. 2018. *The Effect f Brand Image and Consumer Attitudes on the decision to purchase Batik Jetis Sidoarjo mediated by intent to buy*. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*.
- Nitisusastro, M. 2017. *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Nurrohman, F. & Agung U. 2018. *Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Smartphone Merek Blackberry di Yogyakarta)*. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Edisi 1 Tahun 2018*.
- Nuseir M. T. 2019. *The impact of electronic word of mouth (e-WOM) on the online purchase intention of consumers in the Islamic countries – a case of (UAE)*, *Journal of Islamic Marketing. United Arab Emirate*.
- Prastuti, D. I. & Karyanti, Y. 2020. *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Daring*. *Jurnal Program Magister Teknologi dan Rekayasa, Universitas Gunadarma, Indonesia*.
- Purnama, L. Et al. 2020. *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA ONLINE GOJEK DI KOTA TANGERANG*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1).
- Rahmi Y. 2013. *Analisis Strategi Word Of Mouth untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian pada Konsumen Di Kota Semarang*. *JURNAL STIE SEMARANG, VOL 5, NO 3, Edisi Oktober 2013*
- Ratri, L. E. 2007. *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rifatul A. H. & Endang A. P. 2021. *Pengaruh Citra Merek dan e-WOM terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Pixy di kota Semarang)*. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro, Indonesia*.
- Stanton, W. J. 1998. *Prinsip Pemasaran, Edisi 9*. Jakarta: Erlangga.

- Sugiyono. 2018. Metode penelitian manajemen. Bandung: alfabeta. Sugiyono. 2007. Metodologi Penelitian Bisnis. Edisi X. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suharno. 2010. *Marketing in Practice, Edisi pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Thurau, T. H. et al. 2004. *Electronic Word-of Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates 81 Consumers to Articulate Themselves on the Internet*. *Journal of Interactive Marketing* 18(1): 38-52.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Wijaya T. & Paramita E. L. 2014. Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kamera Dslr. Universitas Kristen Satya Wacana. Salatiga.

