

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muslim, 2 Maret 2021, “Penggunaan Social Commerce Meningkatkan Hingga 3 Kali Lipat, Investor.id.
- Achmad Sudiro, 22 Februari 2012, “Pengujian Instrumen dan Uji Asumsi Klasik”, Modul 6 Metodologi Penelitian Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Algonz D.B Raharja 30 September 2022, “Apa itu TikTok Shop? Informasi Terlengkap Beserta Cara Optimis dan Penggunaannya”.
- Ananda, 2022, “Pengertian uji Asumsi dan jenis-jenisnya”.
- Anisa Nurul Rahma, JJSH P-ISSN: 2579 Vol. 4 No.2 September 2020, “Pengaruh Electronic word Of Mouth Terhadap proses Keputusan pembelian Pada Pelanggan E-commerce di indonesia”, *Jurnal sosial dan Humaniora*, Universitas Pakuan.
- Anwar Hidayat, 2014, “Uji F dan Uji T”, Statistikian.
- Arie Kartika Sari, 2018, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek A3 Fresh O²”, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
- Bagus Putro Wahyu Prasetyo, 2020, “*Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Platform Shopee di Moderasi Oleh Price Discount*”, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri (UIN), Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Cindy Mutia Annur, 29 September 2021, “10 Negara Dengan jumlah Pengguna aktif Bulanan TikTok Terbanyak di Dunia pada 2020”.
- Dede Rosi, H.Dadang Suparman, Volume 1 NO. 1 2020, “Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan motivasi Kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Pratama Abadi Industri sukabumi”, (studi kasus departemen stockfit P2), *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, STIE PASIM Sukabumi.
- Dedhy Pradana, Syarifah Hidayah, Rahmawati, Volume 14 (1) 2017, “Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor’, fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Mulawarman, Samarinda.
- Dera Thorfiani, Tiara Eka Sakti D, 2 September 2019, “Penerapan Personal Selling dan Product Knowledge Tenaga Penjual terhadap Keputusan Pembelian Produk Multimanfaat Pada Bank Tabungan Negara (Persero) kantor cabang Syariah Cirebon”, *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, Program Studi D-IV Manajemen Perusahaan Politeknik Pos Indonesia.
- Dezan Pandu Biantoro, Surpiko Hapsoro Darpito, Tugiyono, Hadi Oetomo, 2022, “Pengaruh Social Commerce, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Minat Beli”, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.

- Didi Zainuddin, Volume 10, No. 3 Desember 2018, pp.220-227, “Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli Motor Matik”, Program Studi Teknik Industri, FTIK: Universitas Indraprasta PGRI.
- Didi Zainuddin, Volume 10, No. 3, 2018, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Motor Mati”, *Journal Sosio E-Kons*”, Program Studi Teknik Industri, FTIK, Universitas Indraprasta PGRI.
- Erika Desi Lestari, Ce Gunawan, Vol. 1, No 2, 2021, “Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli”, *Jurnal Ekonomi*, Manajemen, Bisnis dan Sosial.
- Ghozali, Imam, 2018, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25, Badan penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hestanto, April 2021, “Keputusan Pembelian”, Manajemen Bisnis.
- Ida Bagus Gede Ari Suyoga, I Wayan Santika, Vol. 7, No. 6, 2018, “Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Beli”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- I K.A.W. Purnawan, I N. Suarmanayasa, Vol. 7 No. 2, Oktober 2021, “Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek di Kota Denpasar”, *Jurnal Manajemen*, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja.
- I Nengah Suarmanayasa, Luh Sri Eka Sari, Vol. 1, No. 1, Juni 2022, “Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap UMKM di Kabupaten Buleleng”, *Jurnal Kelitbangan Buleleng*.
- Iis Miati, Vol. 1, No. 2, 2020, “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)”, *Jurnal Abiwarra*.
- Kevin Yeremia Kambey, Jantje L. Sepang, Vol.6, No.4, 2018, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada (Pt. Hasjrat Abadi Yamaha Samratulangi Manado)”, *Jurnal EMBA*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Luh Mega Yuliasuti, Gede Putu agus Jana Susila, Vol. 13 No. 1 2021, “Pengaruh Citra Merek dan Electronic word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Marketplace Lazada di Kabupaten Buleleng”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia.
- Mulyono, 02 Desember 2019, “analisis Uji Asumsi Klasik”, Binus University
- Noverita Wiryanthi, Singgih Santoso, Vol. 2 No. 1 Januari 2019, “Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private label”, *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, Universitas Kristen Duta Wecana.

- Novia Roudhlotul Janah, Edi Suswardji, Volume 4 Nomor 2, Juni 2021, “*Journal Of Economic, Business and Accounting*”, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia.
- Prabawanti, Maria, 2020. “Penuhi Kebutuhan di Masa Pandemi, Belanja “Online” Jadi Solusi”.
- Raihan Amil, 2021, “*Pengaruh Elektronik Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*”, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri (UIN), Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Reni Ernawati, Anastasia Bernadin Dwi, Jenji Gunaedi Argo, Vol. 4 No. 2 Oktober 2021, “Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta”, *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Rian Ramadhan, 2022, “Survei: 45% Masyarakat Indonesia Doyan Belanja di TikTok Shop”, Kumparan.com.
- Rosmaya adriyanti, Farida Indriani, Volume 6, No. 4 2017, “Pengaruh Electronic word Of Mouth Terhadap Citra Merek dan Minat beli Pada Produk Kosmetik wardah”, *Diponegoro Journal Of Management*, Departemen Manajemen: fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas diponegoro.
- Silvia Gustina Benowati, Tiurniari Purba, Vol. 02, 2020, “*Journal Of Management, Accounting, economic And Business*”, Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam, Batam.
- Sindunata, I., & Wahyudi, B. A. (2018). “Pengaruh e-Wom (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian di Agoda.com.”, Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia.
- Susmonowati, Vol. 10, No 2 (2021), “*Jurnal Lentera Bisnis*”, Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Jakarta: Gedung sentra Kramat.
- Suyono Saputra, Vol. 5, No.1 2020, “Pengaruh Electronic word Of Mouth (e-WOM) dan Citra Merek Terhadap Minat Belanja Konsumen di Batam”, LPPM Universitas pendidikan Nasional, Jl. Bedugul No. 39, Sidakarya Denpasar selatan, Kota Denpasar, Bali.
- Titik Inayati, Mohamad Johan Efendi, Ayu Safika dewi, Vol.01, No.03 September 2022, “Pengaruh Digital Marketing, Electronic word Of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan pembelian Pada Marketplace shopee Indonesia”, *Jurnal teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Mayjen Sungkono, Mojokerto.
- Tri Widiyanto, Vol 7, No 1 2020, “Analisis Sikap Belanja Online dan Harga Terhadap Keputusan Belanja konsumen Pada Event Flash sale Shopee”, *Jurnal Mnajemen, Bisnis dan Pendidikan*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa Surakarta.

Vika Azkiya Dihni, 2022, "10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022".

Vika azkiya Dihni, 21 September 2021, "Penjualan E-Commerce Indonesia Diproyek Paling Besar di Asia Tenggara Pada 2021".

Yoyok Cahyono, Popong Suryani, Nadya Elvandari, Vol. 01, No.01, 2020, "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Vista Bangun Propertindo", *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*.

