

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. r. (2015). "Metodologi Penelitian Kuantitatif ".
- Abir, T., M. A. Rahman, D. Yazdani, R. H. Khan, S. S. A. Supty and A. B. A. Hamid (2020). "Electronic Word of Mouth (e-WOM) and consumers' purchase decisions: Evidences from Bangladesh." Journal of Xi'an University of Architecture & Technology **12**: 367-382.
- Adyanto, B. C. and S. B. Santosa (2018). "Pengaruh kualitas layanan, brand image, harga dan kepercayaan produk terhadap keputusan pembelian (studi layanan e-commerce Berrybenka. com)." Diponegoro Journal of Management **7**(1): 10-29.
- Agustiningsih, D. and H. Purwanto (2023). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN E-PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (STUDI EMPIRIS PADA TEMPAT WISATA MAGETAN PARK DI KABUPATEN MAGETAN). SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi.
- Aini, K. and P. Rahmawaty (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Alfamidi Super, Jalan Kaliurang, Yogyakarta)." Jurnal Ilmu Manajemen **15**(2): 60-68.
- Ajzen, I. (1991). "The theory of planned behavior." Organizational behavior and human decision processes **50**(2): 179-211.
- Ardani, R. D. A. N. (2023). "PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Mahasiswa Customer Marketplace Shopee di Universitas Muhammadiyah Malang dan Universitas Islam Malang)."
- Arifah, I. H., M. N. Maulana and R. Yusuf (2024). "Pengaruh E-Wom dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Tiktokshop." Journal of Accounting, Management, Economics, and Business (ANALYSIS) **2**(1): 96-105.
- Assauri, S. (2014). "Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada." Darmayanto, dan Setyobudi.
- Azizah, N. and D. Kusnanto (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan E-Promotion terhadap Keputusan Pembelian pada Outlet Cafe Eat Toast di Indramayu." J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains) **8**(1): 367-375.
- Bangun, C. S., T. Suhara and H. Husin (2023). "The application of theory of planned behavior and perceived value on online purchase behavior." Technomedia Journal **8**(1 Special Issues): 123-134.
- Damayanti, D. and S. D. Putro (2022). "Pengaruh Electronic Service Quality (E-Servqual) Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Shopee." Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia **2**(1): 187-198.
- Davis, F. D. (1989). "Technology acceptance model: TAM." Al-Suqri, MN, Al-Aufi, AS: Information Seeking Behavior and Technology Adoption **205**: 219.
- Fadhilah, F. and G. G. Saputra (2021). "Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z." INOVASI: Jurnal ekonomi, keuangan dan manajemen **17**(3): 505-512.
- Ferdinand, A. (2006). "Metodologi Penelitian Manajemen." Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishbein, M. and I. Ajzen (1980). "Theory of reasoned action/Theory of planned behavior." Belief, Attitude, Intention, and Behavior, An Introduction to Theory and Research.
- Fradani, A. C. and A. Indriani (2023). "Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia (Studi Pada

- Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro)." Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis **1**(2): 110-117.
- Ghobadian, A., S. Speller and M. Jones (1994). "Service quality: concepts and models." International journal of quality & reliability management **11**(9): 43-66.
- Ghozali, I. (2018). "Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS 25 Edisi 9." Badan Penerbit-Undip. Semarang.
- Goyette, I., L. Ricard, J. Bergeron and F. Marticotte (2010). "e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context." Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration **27**(1): 5-23.
- Jamaludin, A., Z. Arifin and K. Hidayat (2015). "Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian." Jurnal Administrasi Bisnis **21**(1).
- Kadi, D. C. A., H. Purwanto and L. D. Ramadani (2021). "Pengaruh E-Promotion, E-WOM dan lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening." MBR (Management and Business Review) **5**(2): 224-238.
- Kotler, P., G. Armstrong, S. H. Ang, S. M. Leong, C. T. Tan and O. Ho-Ming (2012). Principles of marketing: an Asian perspective, Pearson/Prentice-Hall London, UK.
- Kotler, P., K. L. Keller, S. H. Ang, C. T. Tan and S. M. Leong (2018). Marketing management: an Asian perspective, Pearson London.
- Kurniawan, D. (2013). "Analisis penerimaan nasabah terhadap layanan mobile banking dengan menggunakan pendekatan technology acceptance model dan theory of reasoned action." Jurnal Strategi Pemasaran **1**(1).
- Kustiawan, R. and I. A. Kuncoro (2013). "Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian makanan ringan secara online." Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa **1**(2): 351-361.
- Ladhari, R. (2009). "A review of twenty years of SERVQUAL research." International journal of quality and service sciences **1**(2): 172-198.
- Luthfi, A. S., S. Suryoko and H. Susanta (2022). "Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Online pada Marketplace Lazada (Studi pada Konsumen Lazada di Kota Semarang)." Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis **11**(4): 793-799.
- Mediana, S. and I. N. A. Pamungkas (2023). "Pesan Komunikasi Pemasaran Digital Melalui E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro Batik Hasan." Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi **8**(3): 485-497.
- Noviandi, A. (2021). "Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Food & Beverage Secara Online Pada Marketplace Tokopedia." Business and Entrepreneurship Journal (BEJ) **2**(1).
- Nugroho, F. M. and E. Tjahjaningsih (2022). "Pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan (Studi Pada Pengguna ShopeeFood)." YUME: Journal of Management **5**(3): 147-155.
- Nurfarida, I. N. and S. Sudarmiati (2021). "Use of social media marketing in SMEs: driving factors and impacts." Management and Entrepreneurship: Trends of Development **2**(16): 70-81.
- Olimsar, F. and F. Tialonawarmi (2023). "Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Kembali Di Aplikasi Shopee Serta Dampaknya Pada Keunggulan Bersaing." Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING) **6**(2): 2446-2456.

- Patmala, H. S. and D. C. Fatihah (2021). "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di UKM Mart Kartika Widya Utama." Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA) 5(3): 1154-1170.
- Prakoso, S. B. and R. T. A. SRI (2014). Analisis Pengaruh E-Promotion, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Buck Store Semarang, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Pramudita, A. S. and R. E. Agustia (2020). "E-Service Quality dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Website Traveloka. com." Competitive 15(2): 106-114.
- Purwanza, S. W. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi, Cv. Media Sains Indonesia.
- Putri, A. E. and M. A. Suriyanto (2024). "Pengaruh E-Promotion, Kelompok Referensi, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan 5(1): 73-88.
- Qadafi, M. A., F. Latief and M. Mariah (2023). "PENGARUH E-PROMOTION DAN VIDEO CONTENT TERHADAP MINAT BELI PADA TIKTOK SHOP MELALUI COSTUMER TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING." Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan 12(3): 289-303.
- Sabilla, I., B. W. Fitriadi and D. M. Pauzy (2023). "Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Minat Beli Pengguna Shopeefood (Survei pada Masyarakat Kota Tasikmalaya)." Panengen: Journal of Indigenous Knowledge 2(1): 117-133.
- Sanjaya, S. and H. Budiono (2021). "Pengaruh Penggunaan Sosial Media Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Kepercayaan." Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan 3(4): 1147-1157.
- Sari, A. C. M., W. Winarso and H. Anas (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Di Shopeefood." Jurnal Economina 2(9): 2610-2627.
- Sartika, D. (2020). "Melihat Attitude and Behavior Manusia Lewat Analisis Teori Planned Behavioral." JIGC (Journal of Islamic Guidance and Counseling) 4(1): 51-70.
- Savitri, C. and F. P. Anggela (2020). "Pengaruh E-Promotion Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Di Pt. Xyz." Buana Ilmu 4(2): 253-279.
- Setyarko, Y. (2016). "Analisis persepsi harga, promosi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara online." Jurnal Ekonomika dan Manajemen 5(2): 128-147.
- Soinbala, R. and J. L. Bessie (2020). "Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian." GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial 1(1): 65-83.
- Sugiyanto, E., E. W. Wibowo and I. Kartini (2022). "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Pesan Antar Makanan Di Jakarta." Warta Dharmawangsa 16(1): 67-74.
- Sugiyono, D. (2013). "Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D."
- Suharsono, R. S. and R. P. Sari (2019). "Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab." JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis 1(2): 41-54.
- Tjiptono, F. (2022). SERVICE MANAGEMENT: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4, Penerbit Andi.
- Tjiptono, V. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Abadi Plastik, Universitas Ciputra Surabaya.

- Vania, I. and R. Simbolon (2021). "Pengaruh Promo ShopeeFood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan)." Jurnal Ekonomis **14**(2b).
- Wardani, P. A. K., F. R. Reinaldy and I. P. Tyas (2021). "Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan Dengan Menggunakan Jasa ShopeeFood." Literasi: Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif **2**(1): 163-192.
- Witarisma, S. W. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee. Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi.
- Wolff, J. (2021). Aesthetics and the Sociology of Art, Routledge.
- Yaqin, A. (2020). "Peran e-satisfaction sebagai mediasi pada e-wom (studi pada pelanggan olx)." Jurnal Ilmu Manajemen **8**: 506-516.
- Yulindasari, E. R. and K. Fikriyah (2022). "Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee." Journal of Islamic Economics and Finance Studies **3**(1): 55-69.