

DAFTAR REFERENSI

- Andreas. M. Kaplan dan Michael Haenlein. 2010. *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Aprillio, Rio Garia. Astri Wulandari. 2018. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Favehotel Hyper Square Bandung Tahun 2018)*. e-Proceeding of Applied Science : Vol.4 No.3
- Barnes, S., Vidgen, R. 2003. *Measuring Website Quality Improvements: a case study of the forum on strategic management knowledge exchange*. Industrial Management & Data Systems, Vol.103 ISS 5 pp.297-309.
- Boyd et, al. 2000. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategi dengan Orientasi Global*. Jilid 1. Edisi ke-2. Jakarta: Erlangga.
- Engel, James et al. 2006. *Consumer Behaviour*. Mason: Permissions Department, Thomson Business and Economics.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., and François Marticotte. 2010. *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. Canadian Journal of Administrative Sciences
- Gregg, D.G. and Walczak, S. 2010. *The Relationship between Website Quality, Trust, and Price Premiums at Online Auctions*. Journal of Electronic Commerce Research.
- Hanifati, Ulva Mustikarini. Bambang Eko Samiono. 2018. *Analisis Pengaruh Website Quality Dan e-WOM Terhadap Purchase Decision Melalui Online Trust Pada Situs Tiket Travel Dan Reservasi Hotel Online Di Indonesia (Studi Kasus Pada Traveloka.com, Tiket.com Dan Pegipegi.com)*. Jurnal TRANSformasi Volume II No.1
- Hanum dan Hidayat. 2017. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan*. Jurnal Bisnis Administrasi Vol. 6, No.1, 37-43.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Jeonga, Eunga and Soe Cheong (Shawn) Jang. (2012). *Restaurant experiences triggering positive electronic word of mouth (eWOM) motivations*. International Journal of Hospitality Management Vol. 30, page 356-366.
- Kim, Hyejeong and Niehm, L.S. 2009. *The Impact Of Website Quality On Information Quality, Value, And Loyalty Intentions In Apparel Retailing*. Journal of Interactive Marketing.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13, Jilid 1*". Erlangga: Jakarta 2012.
- Kotler, Philip dan Keller, K, L. 2013. *Manajemen pemasaran*. Edisi Tiga Belas. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kuat, S., Hasiolan, L. B., & Warso, M. M. 2014. *Pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah pada*

- perumahan bukit semarang baru (bsb) city di semarang*. Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen 2014, 1–16.
- Kurniawan, Rizky. Andriani Kusumawati. Swasta Priambada. 2018. *Pengaruh Kualitas Website (Webqual 4.0) Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Pada Website E-Commerce (Studi Pada Konsumen PT. B)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.62 No.1
- Mayer, R. C. Davis, J. H & Schoorman, F. D. 1995. *An Integrative Model of Organizational Trust*. The Academy of Management Review, 20(3): 709-734.
- Pamungkas, Bagas Aji. Siti Zuhroh. 2016. *Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang)*. Jurnal Komunikasi Vol.X No.2
- Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Cetakan Pertama. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Pride, William M. dan O.C. Ferrel. 1995. *Foundations of Marketing*. Edisi ke-2. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Sangadji, E.M., Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sarwono, J. dan Prihartono, K.A.H. 2012. *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Shia, Ben Chang. Mingchih Chen. Agus David Ramdanyah dan Shuyan Wang. 2016. *Measuring Customer Satisfaction toward Localization Website by WebQual and Importance Performance Analysis (Case Study on Alixpress Site in Indonesia)*. American Journal of Industrial and Business Management, No.6 (February): 117-128.
- Shimp, Terence, A. 2003. *Periklanan Promo Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi Kelima*. Alih Bahasa: Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga.
- Solomon. 1999. *The Noni Phenomenon*. Utah: Direct Source Publishing.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardy, Silviana dan Melone. 2011. *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. 2014. *Perilaku konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia
- Sunarto. 2018. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S*. Jurnal Moneter Vol.V No.1
- Wardani, Agustin Setyo. 2019. *Warga Indonesia Paling Banyak Akses Internet Lewat Smartphone*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3967458/warga-indonesia-paling-banyak-akses-internet-lewat-smartphone>. (Diakses pada tanggal 2 Oktober 2019 pukul 21:25)

Z., Syafaruddin. Suharyono. Srikandi Kumadji. 2016. *Pengaruh Komunikasi Electronic Word of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) Dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. Jurnal Bisnis Dan Manajemen Vol.3 No.1

Zalni, Zuyyina Rahma. Abror. 2019. *Pengaruh Reputasi, Electronic Word of Mouth dan Web Quality Terhadap Kepercayaan Pelanggan Shopee di Kota Padang*. Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha Vol.01 No.02