

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Daft, R. L., Benson, A., & Henry, B. (2020). *MANAGEMENT* (Second edi). Annabel Ainscow.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. PT Bumi Aksara.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ismagilova, E., Dwiedi, Y. K., Slde, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context*. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-52459-7>
- Jones, G. R., & George, J. M. (2022). *Contemporary Management* (Twelfth ed). Mc Graw Hill.
- Joseph F. Hair, Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Springer Nature.
- Kasmi, Fauzi, & Irviani, R. (2022). *Konsep dan Teori Manajemen Umum*. Adab.
- Keller, & Kotler. (2016). Marketing Management. In Marketing Management. In *Edin brugh: Pearson* (Issue 2004).
- Kotler, Keller, & Chernev. (2022). *Marketing Management* (16e ed.). Pearsob Education.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2021). *Principles of Marketing* (Eighteenth). Pearson Education Limited.
- Laksana, F. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.

- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2019). *Manajemen Pemasaran* (edisi 13). Penerbit Mitra Wacana Media.
- Loureiro, S. M. C., & Kaufman, H. R. (2020). *Exploring the Powe of Electronic Word of Mouth in the Service Industry*. IGI Global.
- M. Anang Firmansyah, & Mahardika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*.
- Mulyadi, & Widi, W. (2020). *Pengantar Manajemen*. CV. PENA PERSADA.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Sukarno (ed.)). Penerbit Sukarno Pressindo.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2021). *Management* (Fifteenth). Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Suryanto, M. H. (2019). *Manajemen Pengambilan Keputusan*. Penerbit Deepublish.
- Sahir, S. H. (2021). *METODELOGI PENELITIAN* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sahir, S. H. (2021). *METODELOGI PENELITIAN* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Tapaningsih, Rijal, Esso, Sari, Kusumandewi, Rachmawaty, Harahap, Rdiansyah, Levany, Relifra, Wijayanti, Utami, Ramadhi, & Mustari. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit PT Sada Kurnia Pustaka.
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2019). *Dasar Dasar Manajemen* (B. S. Fatmawati (ed.); Edisi Revi). Bumi Aksara.
- Tibrani, & Haki, L. (2023). *Pokok-Pokok Pemasaran*. Wawasan Ilmu.
- Tingga, C. P., Sholihat, W., Susanto, P. C., Handayani, T., Junaedi, I. W. R., Putra, I. K. A. M., Utami, M. A. J. P., Wardhana, A., Pertiwi, W. N. B., Grace, E., Martini, E., & Jasfalini, S. (2022). *Seni Pemasaran Kontemporer*. Penerbit

CV. Media Sains Indonesia.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Penerbit Andi.

Yamin, S. (2021). *Tutorial Statistik: SPSS, ;ISREL, WARPPLS & JASP (Mudah & Aplikatif)* (A. Rasyid (ed.)). Pt Dewangga Energi Internasional.

Zarliani, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher.

Jurnal

Bandajati, J. M., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Promosi Video Marketing, Social Identity, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Economics Professional in Action (E-Profit)*, 5(2), 81–89. <https://doi.org/10.37278/eprofit.v5i2.660>

Claudia, C. C. (2022). FoMo di media sosial dan e-WoM : pertimbangan berbelanja daring pada marketplace. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(1), 331–357.2

Dwi Anjani, N., & Setiawan, H. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA TIKTOK LIVE SHOPPING (Studi pada Generasi Z di Wilayah Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 5, September*, 1–13.

Fauzi, A. A., & P Sijabat, Y. (2023). Pengaruh Harga Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop di Kota Magelang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 51–62. <https://doi.org/10.26877/jibeka.v2i1.96>

Hardiansyah, M. M. (2024). Pengaruh Produk, E-WOM terhadap Keputusan Pembelian di Mediasi Citra Merek pada konsumen Lorions Kopi di Magetan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(1), 1–22. <https://doi.org/e-ISSN: 2461-0593>

- Harisandi, P., Yahya, A., Risqiani, R., & Purwanto, P. (2023). Peran Harga dan Citra Merek dalam Mediasi Pengaruh E-Word to Mouth terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi TikTok. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(2), 277–285. <https://doi.org/10.30743/mkd.v7i2.7232>
- Juliani, N. M. W. P., Astuti, N. W. W., & Firmani, P. S. (2024). *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada warung cantik di desa cemagi badung*. 5(2), 43–50. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/arthaniti%0APENGARUH>
- K., & Vikaliana, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 6(2), 195–210. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i2.431
- Marta, I. A. T., & Nurtantiono, A. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tiktok Shop. *Edunomika*, 8(1), 2023.
- Ningrum, I. S., Hendayana, Y., & Sulistyowati, A. (2024). Pengaruh Promosi Dan Electronic Word Of Mouth(E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID (Studi Kasus Pada Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(2), 75–92. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i2.363>
- Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang. *Jurnam Manajemen*, 6(2), 620–630.
- Ratu, E. P., Tulung, J. E., Putrinda Ratu, E., & Tulung, J. E. (2022). the Impact of Digital Marketing, Sales Promotion, and Electronic Word of Mouth on Customer Purchase Intention At Tiktok Shop. *Jurnal EMBA*, 10(4), 149–158
- Selfia, S., & Adlina, H. (2023). Pengaruh Harga, Persepsi Kemudahan Penggunaan, E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tiktok Shop Di Kota Medan. *JURNAL PRICE : Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 67–78. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/jecoa/>

Yusuf Yusuf, Muh Fakhrol Kamal, Muhammad Taufik, Triwulandari Nehru Putri, & Ariawan Ariawan. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Elektronik Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Chila Petshop Kendari. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(2), 101–110. <https://doi.org/10.55606/makreju.v2i2.3262>

Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). Electronic Word of Mouth, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 115–124. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i1.33320>

Internet

(Petrosyan, 2024) Number of internet users worldwide from 2005 to 2024

<https://www.statista.com/statistics/273018>

(Rainer, 2023) **Data Terbaru, Inilah Profil Usia Pengguna Internet Indonesia**

[Data Terbaru, Inilah Profil Usia Pengguna Internet Indonesia - GoodStats Data](#)

(Rizti, 2024) 185,3 Juta Pengguna Internet Tercatat di Indonesia pada 2024

<https://data.goodstats.id/statistic/1853>