

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy. 2017. *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Amil, R. 2021. Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian: Studi kasus produk skincare MS Glow. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Arif, M. 2021. Pengaruh social media marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) dan lifestyle terhadap keputusan pembelian online. In *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora* (Vol. 1, No. 1, pp. 111-122)
- Astuti, Y. T. 2020. Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau). Universitas Islam Riau
- Badri, J., & Safitri, T. S. R. 2021. Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian online di instagram pada mahasiswa di kota Padang. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 372-380.
- Brestilliani, L., & Suhermin, S. 2020. Pengaruh brand awareness, brand ambassador, dan harga terhadap keputusan pembelian online pada marketplace shopee (studi pada mahasiswa stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(2).
- Chrisanta, A. E., & Rokhman, N. 2022. Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan dan E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada E-Commerce Shopee. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).
- Effendy, J. A., & Tanjung, J. 2023. pengaruh kualitas aplikasi, electronic word of mouth, dan kualitas aplikasi terhadap keputusan pembelian konsumen shopee. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 8(1), 20-32.
- Febriani, R., & Khairusy, M. A. 2020. Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 91-109
- Gosal, G. B. R., & Bernarto, I. 2021. Pengaruh E-security, E-service Quality terhadap E-satisfaction dan Pengaruh E-satisfaction, E-security, dan E-service Quality terhadap E-repurchase Intention Secara Langsung pada

- Pengguna E-commerce Tokopedia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 93-103.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. 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.
- Juliandri, S. M. 2022. Pengaruh Brand Ambassador Cha Eun Woo Terhadap Brand Image Skincare Lokal MS Glow (Survey terhadap Remaja Perempuan di Daerah Istimewa Yogyakarta Yogyakarta Tahun 2022). Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kurniawan, A., Yusuf, M., Manueke, B. B., Norvadewi, N., & Nurriqli, A. 2022. In Tokopedia Applications, The Effect Of Electronic Word Of Mouth And Digital Payment On Buying Intention. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 272-286.
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. 2023. Pengaruh citra merek, persepsi harga dan e-word of mouth terhadap keputusan pembelian produk fashion Jiniso. id di marketplace shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753-765.
- Luthfi, A. S., Suryoko, S., & Susanta, H. (m2022. 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), 793-79
- Mendrofa, G. M. 2023. Pengaruh Promosi Di Media Sosial Instagram dan E-WOM Terhadap Keputusan Berbelanja Online Pada Konsumen Blibli di Kota Medan.
- Mustajibah, T., & Trilaksana, A. 2021. Dinamika e-commerce di Indonesia tahun 1999-2015. *J Pendidik Sej*, 10(3), 3-11.
- Najwah, J., & Chasanah, A. N. 2023. Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews, Harga, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)*, 5(2), 1-13.
- Neolaka, Amos. 2014. Metode Penelitian dan statistik. Bandung: Remaja Rosdakarya

- Nur, D. S., & Octavia, A. 2022. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Mediasi Pada Marketplace Shopee Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(2), 387-399.
- Nurmoko, A. H. 2022. KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI INSTAGRAM PADA MAHASISWA DI SOLO RAYA. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1137-1147.
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. 2020. Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(2020), 357-380.
- Pasha, E. G., Wulandari, J., & Adistya, D. 2020. ANALISIS E-TRUST, E-WOM, DAN E-SERVICE QUALITYDALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 63-75.
- Purwati, R. Y. 2022. Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Prosiding SNABM 1th 2022*, 1(1), 386-394
- Rahardjo, B. 2013. Analisis faktor untuk mengetahui pengaruh personal selling dan word of mouth terhadap keputusan pembelian suatu studi kasus pada PT. Starmas inti alumunium industry. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 2(1).
- Ramadan, F., Muchtar, M., & Hafid, H. 2021. Pengaruh online customer review dan e-service quality terhadap keputusan pembelian melalui marketplace. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 23, No. 3, pp. 405-412).
- Ramadan, F., Muchtar, M., & Hafid, H. 2021. Pengaruh online customer review dan e-service quality terhadap keputusan pembelian melalui marketplace. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 23, No. 3, pp. 405-412).
- Said, L., Rodin, W. M., & Fariany, G. R. 2023. Online Purchase Decision of Gen Z Students at Shopee Marketplace. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(5), 15.
- Saputra, R. G., & Santoso, A. 2022. Pengaruh Kepercayaan, E-Service Quality, Dan Information Quality Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 2(3), 541-551
- Sihaloho, E. H. 2023. Pengaruh Web-Design, E-Service Quality Dan Brand Impression Terhadap Keputusan Pembelian Di Yogyakarta (Studi Kasus Website Tokopedia). STIE YKPN.

- Silaban, E. 2019. Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian di shopee.co.id Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
- Simamora, V., & Fauziah, S. 2019. Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Terhadap E-Customer Loyalty Pada E-Commerce. *JOURNAL FOR BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP*, 3(3).
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Tatik. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa -Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta
- Tokopedia Care Bags 10 Awards at 2022 Contact Center World, 2022, [Online] Didapatkan: <<https://jakartaglobe.id/special-updates/tokopedia-care-bags-10-awards-at-2022-contact-center-world> [19 Mei 2024]
- Wibowo, S. S. A., & Yusuf, A. 2023. Pengaruh BTS Sebagai Brand Ambassador Tokopedia Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 82-94.
- Widuri, I. L. 2022. Pengaruh Online Customer Review dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace shopee di Bandar Lampung.
- Wong, J. 2013. *Internet marketing for beginners*. Elex Media Komputindo
- Wu, P. C., & Wang, Y. C. 2011. The influences of electronic word-of-mouth message appeal and message source credibility on brand attitude. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(4), 448-472.