

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- Ali Hasan. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Buku I, Cetakan ke-dua.
Yogyakarta: CAPS.
- AL-JA'AFREH, A. L. I., & AL-ADAILEH, R. A. I. D. (2020). *The impact of electronic word of mouth on consumers purchasing intention*. Journal of Theoretical and Applied Information Technology, 98(02).
- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behaviour and Marketing Action*. New York: PWS-KENT Publishing Company
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Goyette, et al. (2010). *E-Wom : Word of Mouth Measurement Scale for E-Service Context*. Journal of Administrative Sciences. Volume 27: 5-23.
- Ghozali, Imam & Latan, Hengky. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit, Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Internetworldstats. (2021). *Data Jumlah Pengguna Internet Tertinggi di Dunia - 2021 Q1*. (Online). <https://www.internetworldstats.com>. Diakses 13 September 2021.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12.
Jilid 1. Penerbit Erlangga Jakarta.
- Lê Giang Nam, H. T. D. (2018). *Impact of social media Influencer marketing on consumer at Ho Chi Minh City*. The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention, 5(05), 4710-4714.
- Lengkawati, A. S. (2021). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap*

- Keputusan Pembelian*. PRISMAKOM, 18(1), 33-38.
- Nasir, M. (2009). *Studi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian air minum aqua di kota Surakarta*. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 57-83.
- Nasir, M., Sularso, A., Irawan, B., & Paramu, H. (2020). *Brand Trust For Creating Brand Loyalty In Automotive Products*. *International Journal of Management*, 11(06).
- Nurvita, A. R., & Budiarti, A. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Dimediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Giyomi Clothing Store*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(7).
- Purwanda, E., & Wati, T. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Lazada Di Wilayah Bandung Timur)*. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik dan Niaga*, 18(2), 86-91.
- Rangkuti, Freddy. (2011). *Riset Pemasaran*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). *Pengaruh harga citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6).
- Shopee. (2021). *Shopee*. www.shopee.co.id. Diakses 13 September 2021.
- Sondakh, L. J. (2016). *The Impact Of Online Costumer Review And Celebrity Endorsement On Purchase Intention (Case Study Of Nanospray Mci Indonesia)*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Statiska. (2021). *Top Performing Online Consumer Goods Retail in Indonesia*. (Online). <https://www.statista.com>. Diakses 13 September 2021.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. (2012). *Manajemen Jasa*. Malang: Yogyakarta: Andi Offset.
- Offset. Tjiptono, Fandi. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.