

DAFTAR PUSTAKA

- Afkari, Daffiq. 2016. *Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Pembelian Produk Fashion pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram*. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI). **5** (4) : 349-358.
- Agustini, Ni Kadek Devi Aprilia. 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha. **9** (1) : 127-136.
- Almana, Amal M dan Abdulrahman A Mirza. 2013. *The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Consumers Purchasing Decisions*. International Journal of Computer Applications. **82** (9) : 23-30.
- Aprianti, Ine dan Jihan Putri Krismawati. 2020. *Pengaruh Citra Merk dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoutfit Bandung Melalui Instagram*. Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan. **2** (1) : 50-57.
- Chua, A. Y. K, & Banerjee, S. 2015. *Understanding Review Helpfulness As A Function Of Reviewer Reputation, Review Rating, and Review Depth*. Journal Of The Association For Information Science and Technology. **66** (2) : 354-362.
- Farki, Ahmad., Imam Baihaqi, dan Berto Mulia W. 2016. *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace di Indonesia*. Jurnal Teknik ITS. **5** (2) : A614-A619.
- Febriana, Mitha dan Edy Yulianto. 2018. *Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis. **58** (1) : 1-9.
- Fildzah, Nur Amalina, dan Devilia Sari. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser dan Word Of Mouth Terhadap keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop ALCO Di Media Sosial Instagram*. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Entrepreneurship. **11** (2) : 99-112.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Yogyakarta: BP Universitas Diponegoro.
- Handika, Made R, Agus Fresy Maradona dan Gede Sri Darma. 2018. *Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. **15** (2) : 192-203.

- Hidayati, Nur Laili. 2018. *Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). **6** (3) : 77-84.
- Istanti, Fredianaika. 2017. *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya*. Jurnal Bisnis dan Teknologi NSC Surabaya. **4** (1) : 14-22.
- Kamila, Korina T, Suharyono dan Inggang Perwangsa Nuralam. 2019. *Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurna Administrasi Bisnis. **72** (1) : 202-211.
- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Index.
- Kotler, Philip and L.L.Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mahkota, Andy Putra., Imam Suyadi dan Riyadi. 2014. *Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Study pada Pelanggan Website Ride Inc)*. Jurnal Administrasi Bisnis. **8** (2) : 1-7.
- Munandar dan Chadafi. 2016. *Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Kepercayaan, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop di Media Sosial Instagram*. Jurnal Visioner dan Strategis. **5** (2) : 1-8.
- Narimawati, Umi, 2010. *Metodologi Penelitian: Dasar Penyusunan Penelitian Ekonomi*, Jakarta, Genesis.
- Nawangsari, Sri dan Yelsi Karmayanti. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram (Study Kasus Pada Online Shop YLK Store)*. Konferensi Nasional Sistem Informasi. 61-67.
- Purnamasari, Yulia. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap kepuasan konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015*. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP). **5** (1) : 1-12.
- Rahmawati, Laila dan Farika Nikmah. 2019. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Shopee*. Jurnal Aplikasi Bisnis. **4** (1) : 125-128.
- Sarwono, Jonathan. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

- Saudjana, Kenneth. 2016. *Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Waktu dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Untuk Membeli Melalui Toko Online*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. **53** (12) : 88-109.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhari, Yohanes. 2008. *Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK. **13** (2) : 140-146.
- Syaiful, Irfan Aulia., Khairul Rizal dan Anggit V.K.S. 2017. *Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Toko Daring : Peran Faktor Psikologis, Persepsi Kualitas Produk dan Tingkat Kepercayaan*. Jurnal Penelitian Psikologi. **2** (2) : 194-208.
- Wang, Chih Chien, Chun An Chen, Jui Chin Jiang. 2009. *The Impact Of Knowledge and Trust On E-Consumers Online Shopping Activities: An Empirical Study*. Journal Of Computers. **4** (1) : 11-18.
- Wang, sai., Nicole R. Cunningham & Matthew S. Eastin. 2016. *The Impact Of eWOM Message Characteristic On The Perceived Effectiveness Of Online Consumer Reviews*. Journal of Interactive Advertising. **15** (2) : 151-159.
- Yuniarti, Yenny. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online*. Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora. **18** (1) : 27-37.