

## DAFTAR PUSTAKA

- .S, Novrilda Rima Dwi Putri. 2025. “*Pengertian Manajemen Dan Konsep Manajemen/Administration.*” *ペインクリニック学会治療指針 2* (22355006):1–9.
- Abror, Ahmad Yoga Dimam, and Moh Sulton. 2025. “*Pengaruh E-WOM Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Instagram Persela Store.*” *Jurnal Bisnis Mahasiswa* 5(1):426–35. doi:10.60036/jbm.v5i1.388.
- Adabi, Nadhril. 2020. “*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok.*” *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. Yaan Konsumen Terhadap Kepu.” *Jurnal Manajemen* 12(1):32–39.
- Aghni, M. Son, and Luthfy Purnanta Anzie. 2025. “PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI INDONESIA : TINJAUAN LITERATUR TERBARU.” 2(3).
- Ahmad, Rosmalia, and Diah Febrina. 2018. “*Motif Melakukan Electronic Word of Mouth Oleh Konsumen.*” *CoverAge: Journal of Strategic Communication* 8(2):1–13. doi:10.35814/coverage.v8i2.585.
- Amin, Amirudin M., and Rafiqah Fitri Yanti. 2021. “*The Effect Of Brand Ambassador, E-WOM, Lifestyle, Country Of Origin And Motivation On The Decision To Purchase Korean Skincare Products Nature Republic Pengaruh.*” *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi* 2(1):1–14. <http://journal.almatani.com/index.php/invest/index>.
- Anwar, Syaiful, and Mujito. 2021. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor.*” *Jurnal Ilmiah Manajemen* 9(1):189–202.
- Azzahra, Annisa Annur, and Heni Susilowati. 2024. “*E-WOM, Social Media Marketing Dan E-Trust: Era Baru Dalam Keputusan Pembelian Online.*” *Jurnal Disrupsi Bisnis* 7(6):795–805. <https://doi.org/10.32493/drj.v7i6.41319>.
- Deborah, Wiendy. 2019. “*Pengaruh Persepsi Kemudahan Berbelanja, Reputasi Website, Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli Online: Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi.*” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 3(1):102–9. doi:10.24912/jmbk.v3i1.4933.

- Desai, Vaibhava. 2019. "Fostering Innovation , Integration and Inclusion Through Interdisciplinary Practices in Management Digital Marketing : A Review." (March):196–200.
- Dewi, Luh Komang Candra, and I. Made Suaradika. 2021. "Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Belanja Online Shopee Dengan Variabel Moderasi Word of Mouth (WOM)." *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah* 4(2):1398–1410.  
<https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/664>.
- ERIZA PUTRI, BELLA. 2021. "PENGARUH EWOM, CELEBRITY ENDORSER, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION DI SHOPEE (Studi Kasus Pada Warga Cipinang Baru Bunder Jakarta Timur)." *STIE INDONESIA (STEI) Jakarta* 7–22.
- Fadila, Ega Saiful Subhan, and Ibrahim Zakariah. 2025. "SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Promosi Dan Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Efikasi Diri Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Shopee)." *SEIKO : Journal of Management & Business* 8(2):637–57.
- Fernando, Riki, Hasanah Khalaidah, and Rahmadi. 2025. "THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADORS AND EWOM ON PURCHASING." 8(3):8520–30.
- Firmansyah, Dr. M. Anang. 2018. "PERILAKU KONSUMEN (Sikap Dan Pemasaran)." 1.
- Fitriyani, and Aditya Surya Nanda. 2022. "IMPLIKASI ELEKTRONIK WORD OF MOUTH DALAM MEMBANGUN TREND PEMBELIAN THRIFT PADA ECOMMERCE." 2(1):171–78.
- Hanafi, Imam, and Eva Sundari. 2023. *Pengantar Manajemen Dan Bisnis*.
- Haekal, Muhammad Erlandy, Suharyono, and Edy Yuliyanto. 2016. "Pengaruh Electoronic Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis* 40(2):162–68.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*.
- Islami, Muhammad Wildan, Totok Haryanto, M. Agung Miftahudin, and Alfato Yusnar. 2026. "The Role Of Customer Trust As A Mediating Variable In The Influence Of Electronic Word Of Mouth And Online Customer Reviews On Purchase Decisions On Shopeefood Peran Kepercayaan Pelanggan Dalam

Mediasi Pengaruh E-WOM , Dan Online Customer Review Terhadap .” 7(2):996–1012.

Jaya, Dicky Candra. 2021. “PERAN KEPERCAYAAN DALAM PERILAKU PELANGGAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN SECARA ONLINE.”

Junio, Adrian, Zeplin Jiwa, Husada Tarigan, Program Studi, Manajemen Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, and Jl Siwalankerto. 2017. “KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE.” 5.

Kuraidoh, Nila Arafah, Anak Agung Putu Agung, and I. Gusti Ngurah Agung Gede Eka Teja Kusuma. 2025. “Pengaruh Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Online Lampu Lighting Pada E-Commerce Tokopedia Dengan E-Trust Sebagai Variabel Intervening.” *Emas* 6(6):1335–45. doi:10.36733/emas.v6i6.10035.

Lawone, Grasela, Yolanda Mohungo, and Zandy Pratama Zain. 2026. “Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan (Pada Pelanggan Tiktok Shop Kota Ternate).” *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 5(1):1569–80. doi:10.31004/riggs.v5i1.6054.

Lena, Fredy Arif Agustinus, Heddry Purba, and Harold Moody Manalu. 2025. “PENGARUH PENGETAHUAN PAJAK , GREEN TAX , GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU BELANJA ONLINE.” 6:178–91.

Lestari, tesa tina, Yusup Iskandar, and muhammad zaki Rahman. 2022. “Analisis Perilaku Belanja Online Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Galuh Di Kawasan Kota Ciamis.” 4:113–24.

Marcella, Icha, M. Fadhli Nursal, and Dewi Sri Wulandari. 2023. “PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA BEKASI.” 2:2775–90.

Mohamad, Roni, and Endang Rahim. 2021. “STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH.” *Journal Mutawazin* 2(1):15–23. <https://ejournal.iaingorontalo.ac.id/index.php/MUTAWAZIN/article/view/113/76>.

Muniarty, Puji, Verawaty, Syahril Hasan, Siti Patimah, Triyani Capege Hadmandho, Dicky Jhon Anderson Butarbutar, Cahyani Pratisti Ismail, Ismail, Asmirin Noor, Indria Guntarayana, Fitriana, Risca Kurnia Sari, and Cory Mia Sihombing. 2022. *Manajemen Pemasaran*.

- Nawiyah, Nawiyah, Refanov Constantin Kaemong, Muhammad Arifin Ilham, and Faraby Muhammad. 2023. "Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022." *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin* 1(12):1390–96. doi:10.55681/armada.v1i12.1060.
- Nurhayaty, Maria. 2022. "Strategi Campuran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses, Bukti Fisik)." *Jurnal Media Teknologi* 8(2):119–27.
- Nurrahmanto, Agus, Prasetyo. 2015. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Jual Beli Online Shopee." *Ekonomi Dan Bisnis* 1(1):1–78.
- Pramuditha, Rufina, Syarifah Hidayah, Herning Indriastuti, and Universitas Mulawarman. 2021. "Jurnal Sketsa Bisnis." 08(02):123–34.
- Pratama, Noveta, Darmawati, and Tika Parlina. 2021. "Pengaruh E-Trust Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia." 4(2):635–39. <http://jurnal.murnisadar.ac.id/index.php/EKBI/article/view/357>.
- Pratama, Ramanda Yogi. 2020. "Fungsi-Fungsi Manajemen 'P-O-A-C.'" *Academia* 6. [https://www.academia.edu/42703431/Fungsi\\_Fungsi\\_Manajemen\\_P\\_O\\_A\\_C](https://www.academia.edu/42703431/Fungsi_Fungsi_Manajemen_P_O_A_C) —.
- Putri, Adella, and Muhammad Arif. 2023. "Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan." 6(1):194–208.
- Putri, Dea Yosiana, Herni Justiana Astuti, Erna Handayani, and Totok Haryanto. 2025. "The Role of Product Quality , Customer Reviews , Ratings , and E-WOM in Shaping Purchase Decisions for Skintific Products on Shopee." 4(1):33–50.
- Rahmawati, Heti, and wina driyan Pradana. 2024. "PERILAKU PEMBELIAN ONLINE KONSUMEN PRODUK KOSMETIK: PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN CELEBRITY ENDORSEMENTS DI DIY." 2(4):366–80.
- Rahmawati, Nabillah Deriefca, Widi Winarso, and Haryudi Anas. 2023. "PENGARUH FLASH SALE , LIVE SHOPPING , DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND SKINTIFIC DI SHOPEE ( Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara

Jakarta Raya ).” 2:2740–55.

Rezeki, Sri, Muammar Rinaldi, Ihdina Gustina, and Antonio Lodian. 2026. “The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT . Daikin Airconditioning Indonesia Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya.” 8(1):284–94.

Rizqy, muhammad yasir, and Erlita Ridanasti. 2024. “PENGARUH NIAT MEMBELI ONLINE TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN ONLINE AKUN NETFLIX DI E-COMMERCE SHOPEE.” 1192:770–80.

Sanana, Anita, Muslichah Erma W, and Enny Istanti. 2021. “Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Electronic Word of Mouth (EWOM), Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Pucelle Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Surabaya.” *Benchmark* 2(1):11–24. doi:10.46821/benchmark.v2i1.218.

Sari, Vivi Endah. 2019. “Pengaruh E-Wom , Lifestyle , Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking ( Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api).” *EJournal Administrasi Bisnis* 7(4):474–87.

Sarjana, Sri, I. Nyoman Wahyu Widiana, Verawaty, Mashadi, Muhammad Umar A, Kristina Sisilia, Sonya Sidjabat, Annisa Retno Utami, Annisa, Eko Raharto, and Rusydi Fauzan. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Vol. 1.

Sholihat, Apriwati. 2018. “PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KREMA KOFFIE.” *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan AkuntansiEcomant* 5(1):1–321.

Sinaga, Bona Aripin, and Sulistiono Sulistiono. 2020. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 8(2):79–94. doi:10.37641/jimkes.v8i2.329.

Siregar, Akhmad Irwansyah. 2024. “Studi Literature: Hubungan E-WOM Dan Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmu Multidisplin* 3(1):50–58. doi:10.38035/jim.v3i1.547.

Sondita, M. Fedi A. 2012. “Pengertian Manajemen Dan Alasan Mengapa Sumber Daya Perikanan Perlu Dikelola.” *Manajemen Sumber Daya Perikanan* 3.

Suarsa, Senny Handayani, Rere Paulina Bibiana, Akhmad Supriyanto, Tia Setiani, Williya Meta, Tetty Sufianty Zafar, Dr. Abdul Bari, M. .. Tri Kunawangsih Stefanie Noviega Bribin Burin, S.E., M. .. Tresna Wulandari, S.Pd., M.M Sudirwo, S.E., M. .. Dr. Adi Teguh Suprpto, S.E., M.M Lutfiyanto, and M.

- E. Dr. Mustika Kusuma Basir, S.Psi., M.M., CHCM., CPS Arifin, B.BA. 2025. *BUKU AJAR PENGANTAR MANAJEMEN*.
- Subianto, Totok. 2017. “Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ekonomi MODERNISASI* 3(3):165–82.
- Sudirjo, Frans, Johannes Johny Koynja, Elly Yuniar N, Hanif Hasan, and I. Nyoman Tri Sutaguna. 2019. “MANAJEMEN PEMASARAN.” *ペインクリニック学会治療指針* 2 1–9.
- Sugiyono. 2017. “METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D.”
- Sugiyono, Prof. Dr. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*.
- SUGIYONO, PROF. DR. 2023. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.
- Sumarsid, and atik budi Paryanti. 2022. “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GRABFOOD (STUDI WILAYAH KECAMATAN SETIABUDI).” 12(1):70–83.
- Syafitri, Bunga, and saipul al Sukri. 2025. “Pengaruh E-Trust , Perceived Enjoyment , Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Aplikasi TIX . ID Di Kota Pekanbaru.” 3(01):1–12.
- Utama, Ahmad Nur Budi, Marzuki, Dipa Teruna Awaludin, Nurtjahja Juniarsa, and Donny.Melianto. 2024. “PENGANTAR ILMU MANAJEMEN.” *Manajemen*.
- zaki, M., and Saiman. 2021. “Kajian Tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian.” *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 4:1–4.