

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, F.H. (2021). Pengaruh kualitas produk, desain produk terhadap keputusan pembelian melalui harga pada pelaku ekonomi kreatif subsektor fashion di Kota Jombang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1):37-54.
- Adirama Aldi, 2012. *Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen..* Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Akbar, M. J. C., & Sunarti. (2018). Pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen restoran sushi tei kelapa gading). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(3): 46.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Asep, Hermawan. (2005). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Berkowitz, E.N. and Walton, J.R. (1980). Contextual Influences on Consumer Price Responses: An Experimental Analysis. *Journal of Marketing Research*, 1(1):267-277.
- Brown, F. E. (1969). Price image versus price reality. *Journal of Marketing Research*.
- Chatterjee, Patrali.(2001). Online reviews: do consumers use them?. *Association for Consumer Research*, 129-134.
- Cheung, Christy M.K & Matthew K.O Lee. (2012). What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. *Decision Support Systems*.
- D'aveni, R. (2010). Fashion conscious: Lessons in commoditization from the fashion industry. *Ivey Business Journal*, 74(2), 1–4.
- Godfrey, T., & Monica M. (2013). Brand-related ewom and its effects on purchase decisions: an empirical study of university of botswana students. *International Journal of Business and Management*, 8(8): 1-10.
- Goyette, I., Ricard,L.,Bergeron,J. & Marticotte, F (2010). e-WOM scale: wordof-mouth measurement scale for e-services context, *Canadian Journal of Administrative Sciences*,27(1): 5-23.

- Grewal, D. & Levy, M. (2013) *Marketing*. New york : McGraw-Hill/Irwin.
- Hadi, P. (2011). *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate And Marketing Communication*. Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Hsu & Chang. (2008). Analisis pengaruh citra merek, preceived quality dan iklan terhadap keputusan pembelian. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ivana, V., Sari, A., & Thio, S. (2014). Electronic word-of-mouth (e-wom) dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di restoran dan kafe di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 2(2): 218–230.
- Jalilvand, M.R. and Samiei, N. (2012) The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention. *Marketing Intelligence & Planning*, 30, 460-476.
- Kevin Samuel Massie . Pengaruh media sosial, email langsung, dan media wom elektronik / testimonial terhadap keputusan pembelian pelanggan di toko busana online zalora. *Jurnal EMBA*, 4(2): 714-725.
- Kietzmann, & Canhoto. (2013). Bittersweet! understanding and managing electronic word of mouth. *Journal of Public Affairs*, 18.
- Kotler & Bes. (2015). *Leteral Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & G. Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & K.L. Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2007). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- _____. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Hair & Mcdaniel. (2012). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marsella, D.D., Taufik, & hartono. (2021). Pengaruh keragaman produk,kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap keputusan pembelian di Butik Nabila Lumajang. *Journal of organization and Business Management*, 2(4) :
- Priansa. (2016). *Perencanaan dan Pengembangan SDM*. Penerbit : Alfabeta Bandung.

- Puntoadi, Danis. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ramdhan, J.A. (2019). Pengaruh media sosial dan *e-commerce* terhadap keputusan pembelian distro house of smith. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(3):534-544.
- Rehmood, R., & Khan, M. I. (2011). The impact of e-Media on customer purchase intention. *International journal of Advanced computer science and application*, 12(1).
- Richter A. & Koch M. (2012). *Social Software-Status quo und Zukunft*. Technischer Bericht. Fakultat für Informatik. Universität der Bundeswehr Munchen.
- Safko, Lon and Brake, David K. (2009). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Sari, N., & Setiyowati, S. (2017). Pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di pb swalayan metro. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(02), 186– 199.
- Schiffman , Leon G & Leslie Lazar Kanuk. 2004. *Customer Behavior*. Prentice Hall Inc, USA.
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, Leslie Lazar. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Indeks Group Gramedia.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Suharno & Y. Sutarso. (2010). *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, Basu. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta : Liberty.
- Thoyibie, L. (2010). *Psikologi Social Meida*. Diakses dari komunikasiindonesia.org
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tommi W., & E.L. Paramita. (2014). Pengaruh electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan pembelian kamera dslr. *research methods and organizational studies*: 14-19.

Trisnawati, N. & A. W. Pangestika. (2018). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko fashion mayoutfit cabang Bekasi. *Ikraith Ekonomika*, 1 (2):146-154.

Utami Christina .W, 2010. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Zielke, S. (2010). How price image dimensions influence shopping intentions for different store formats. *European Journal of Marketing*, 44(6): 748-770.