

DAFTAR PUSTAKA

- Alhasanah dkk. (2014). *Tentang WebQual 4.0. Jurnal Administrasi Bisnis (Online)*.http://administrasi_bisnis.studentjournal.ub.ac.id/
- Cheung, CMK dan Thadani, DR (2012), “*Dampak dari komunikasi elektronik dari mulut ke mulut: analisis literatur dan model integratif*.”
- Databoks.katadata.co.id. (2022, 4 Juni). Pengguna E-commerce terbanyak di dunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>. Diakses pada 24 oktober 2022.
- Databoks.katadata.com. (2022, 19 Juli). 10 E-Commerce dengan pengunjung terbanyak kuartal 1 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>. Diakses pada 24 Oktober 2022.
- Doorn, van, J., Lemon, KN, Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pirner, P. dan Verhoef, PC (2010), "*Perilaku keterlibatan pelanggan - landasan teoretis dan arah penelitian*", Jurnal Penelitian Layanan, Jil. 13 No.3, hal.253-266.
- Eko N.D, & Budi S. 2013. *Analisis pengaruh komponen pembentuk ekuitas merek terhadap minat beli*. Jurnal manajemen dan ekonomi. Vol. 4, 458-466.
- Erkan, I., & Evans, C. (2018). *Social media or shopping websites ? The influence of eWOM on consumers' online purchase intentions*. Journal of Marketing Communications. Vol. 24, No. 6, 617-632
- Fatmawati, Fani. 2018. *Pengaruh televisi, tagline dan personal selling terhadap brand awareness serta dampaknya pada keputusan pembelian susu fermentasi merek yakult di kecamatan kebumen*. Skripsi Sarjana (Tidak Dipublikasikan). Kebumen: STIE Putra Bangsa.
- Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali .2009. *Ekonometrika, Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Grace V.P., et al. 2021. Analisis factor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap smartphone Samsung galaxy A di chikal cellular sukar air madidi. *Jurnal ekonomi dan bisnis*.
- Gvili, Y., & Levy, S. (2018). *Consumer engagement with eWOM on social media: the role of social capital*. *Online Information Review*. Vol. 42, No. 4, 482–505.
- Hadi, Sutrisno., 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hollebeek, LD, Glynn, MS dan Brodie, RJ (2014), “*Keterlibatan merek konsumen di media sosial: konseptualisasi, pengembangan skala, dan validasi*”, *Jurnal Pemasaran Interaktif*, Jil. 28 No.2, hlm. 149-165.
- Hovland, C.I., Janis, I.L., Kelley, J.J., 1953. *Communication and Persuasion*. Yale University Press, New Haven, CT.
- Johan W.A. 2013. Pengaruh gengsi, kepuasan terhadap wordh of mouth terhadap niat beli kembali dengan variabel anatara identivikasi merek (kasus pada produk blackberry di Surabaya). *Jurnal ekonomi*. Vol. 1, 128.
- Kapoor, A. dan Kulshrestha, C. (2011). *Merek dan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan: Membangun Kehadiran Virtual*, Referensi Ilmu Bisnis, IGI Global.
- Kim, H.L. and Hyun, S.S. (2019) ‘*The relationships among perceived value, intention to use hashtags, eWOM, and brand loyalty of air travelers*’, *Sustainability (Switzerland)*, 11(22), pp. 6523-6534. Available at: <https://doi.org/10.3390/su11226523>.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi ketiga. Jakarta: Erlangga
- Lin, C., Wu, Y. S., & Chen, J.-C. V. (2018). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND IMAGE DAN BRAND SWITCHING (Survei pada Mahasiswa Pengguna Operating System Android di Universitas Brawijaya)*. 65(1), 129–137.
- Liang, H. L., & Lin, P. I. (2018). *Influence of multiple endorser-product patterns on purchase intention: An interpretation of elaboration likelihood model*. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. Vol. 19, No. 4, 415–432.

- Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2013). *Credibility and trust of information in online environments: The use of cognitive heuristics*. Journal of Pragmatics, 59. doi:10.1016/j.pragma.2013.07.012.
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nekmat, E. & Gower, K.K. 2018. *Effects of Disclosure and Message Valence in Online Word-of-Mouth (eWOM) Communication: Implications for Integrated Marketing Communication*. International Journal of Integrated Marketing Communications.
- Renata A., et al. 2022. *Pengaruh website quality dan ewom terhadap repurchase intention melalui etrust sebagai variabel intervening (studi kasus pada konsumen akhir tokopedia di kota wonosobo)*. Jurnal ilmu administrasi bisnis. Vol 11. No 22
- Sadia Shbnam. 2013. Proposed model for predicting environmental purchase behavior of consemers. Jurnal European academia. Vol. 4, 444-466.
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Tegar, A., Hidayat, R. and Astuti, B. (2019) 'The Influence of Internet Advertising and eWOM on Perception and Purchase Intention of B2C E-Commerce Costumers in Indonesia', Proceeding of The 3rd International Conference on Accounting, Business & Economics(UII-ICABE 2019), pp. 207-218
- Top Brand Award. 2022. Penjualan tertinggi di top brand award.
<https://www.topbrand-award.com/berita-artikel-top-brand>. Diakses pada 24 Oktober 2022.

Turban. E., King, D., Liang T.P & Turban D.C. 2015. Electronic commerce : A managerial and social networks perspective.

