

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Abdurahman, Maman Dkk.2011. *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*.Semarang: Universitas Diponegoro.
- Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Siyoto, Sandu, Dan Sodik M. Ali.. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta.
- Sugiono.2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tersiana, Andra. 2018. *Metode Penelitian*. Yogyakarta

2. Skripsi

- Dzulqarnain, Iskandar.2019.*Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.
- M. Kholilurrohman.2016. *Evektivitas Tagline Aqua Dan Pengaruhnya Pada Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Aqua Di Kota Malang*.Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Jurnal

- Aribowo, Dwi Putra Jati Dan Mahendra Adhi Nugroho.2013. *Pengaruh Trust Dan Perceived Of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce*. Jurnal Nominal / Volume Ii Nomor I / Tahun 2013.
- Dadan Abdul Aziz Mubarak.2016. *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Regular Sore Stie Inaba Bandung)*.

- Hasan, Ali Dan Niken Widiati Setiyaningtiyas. 2015. *Pengaruh E-Wom Pada Sosial Media Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Desa Wisata Nglanggeran Gunung Kidul*. Jurnal Media Wisata, Volume 13, Nomor 1, Mei 2015.
- Japarianto, Edwin Dan Stephanie Adelia. 2020. *Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 14, No. 1, April 2020, 35–43.
- Khotimah, Khusnul Dan Febriansyah. 2018. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen & Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online-Shop*. Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis, Vol 1, No.1, Desember 2018, Pp.19-26.
- Kurniawati, Annisa Dwi. 2019. *Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam*. Volume 02, No. 01 Januari – Juni 2019.
- Mustikasari, Ati Dan Sri Widaningsih. 2016. *Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tempat Wisata Di Kota Bandung The Influence Of E-Wom On The Decision Comes To The Tourism In Bandung*. Jurnal Manajemen Indonesia Vol.16 - No.2 April 2016.
- Oktaviani, Putri Dan Rahayu Lestari. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser, Tagline Dan Citra Merek Terhadap Kesadaran Merek Konsumen Facial Foam Pond's Di Smk Al-Makmur Ciganjur Jakarta Selatan*. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 13, No. 2, Juli 2017.
- Osak, Derby Juliana Dan Yusepaldo Pasharibu. 2020. *Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness*. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana 9.4 (2020):357-380.
- Pradana, Mahir, Dan Reventiary, Avian. 2016. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi Di*

Merek Dagang Customade Indonesia). Jurnal Manajemen. Vol. 6. No. 1.

Priansa, Donni Juni. 2016. *Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada*. Ecodemica, Vol. Iv No.1 April 2016 Issn: 2355-0295 117.

Putri, Sri Rahmi Dan Rizki Amalia. 2019. *Pengaruh E-Wom Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Situs Online Shopee. Id*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Vol. 3, No. 2 Mei: 75-84.

Rachman, Fabian, Riskon Ginting Dan Hafniza Amir. 2015. *Pengaruh Stimulus Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Baru Jenis Fashion Yang Dipasarkan Di Forum Jual Beli Kaskus*. Epigram Vol. 12 No. 1 April 2015.

Rahardian, M. Dhani, Andriani Kusumawati Dan Ari Irawan. 2019. *Pengaruh Tagline Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Dan Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Program Sarjana Pengguna Smartphone Oppo F3 Plus Di Universitas Brawijaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis (Jab) Vol. 75 No. 1 Oktober 2019.

Santoso, Sugeng .2016. *Sistem Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Kuh Perdata Dan Hukum Islam*. Ahkam, Volume 4, Nomor 2, November 2016: 217-246

Sari, Fungsiya Dan Edriana Pangestuti. 2018. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais Bkph Pujon)* . Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol. 54 No. 1 Januari 2018.

Servanda, Intan Ratu, Putri Reno Kemala Sari Dan Nova Adhitya Ananda. 2019. *Peran Ulasan Produk Dan Foto Produk Yang Ditampilkan*

Penjual Pada Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Pria Dan Wanita. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Vol. 2 No.2 2019.

Singertecia, Regina, Dkk. 2018. *Partisipasi Politik Masyarakat Tionghoa Dalam Pemilihan Kepala Daerah Di Slawi Kabupaten Tegal. Unnes Political Science Journal. Vol. 2. No. 1.*

Widiarti, Aniek Dan Ati Yulia.2019. *Pengaruh Reviews Online Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Shopee.Co.Id Melalui Kebutuhan Kognisi (Survei Pada Sekolah Menengah Kejuruan Gama Tangerang). Jipis Volume 28, No. 2, Juli-Desember 2019.*

Widjaja, Yani Restiani Dan Vernanda Sukmara. 2019. *Pengaruh Tagline Dan Media Periklanan Above The Line Terhadap Brand Awareness Dapur Iga Bandung. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 2 No 2, Juni 2019.*

Widyastuti, Dominica A. Dan Muhammad Rizky Nugroho.2018. *Efektivitas Tagline #Dijaminori Terhadap Brand Awareness E-Commerce Jd.Id .Journal Of Entrepreneurship, Management, And Industry (Jemi) Volume 1 Nomor 04 - Desember 2018 .*

2. Website

Tekno.Kompas.Com Diakses Pada 25 Februari 2020 Pukul 15.00 Wib

Wikipedia.Org Diakses Pada 25 Februari 2020 Pukul 15.20 Wib

Lokadata.Id Diakses Pada 23 Februari 2020 Pukul 19.00 Wib

Trustklik.Com Diakses Pada 23 Februari 2020 Pukul 19.15 Wib

Tirto.Id, Diakses Pada 26 Februari 2020 Pukul 16.10 Wib.