

## DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, A. (2022). Pengaruh Media Sosial , E-Wom , Citra Merek , Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di R Hotel Rancamaya. *Sinomika Jurnal*, 1(3), 481–496.
- Adam, Muhammad. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Budiyanto, E. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya. *Jurnal Global*, 03(01), 36–46.
- Chairunnisa, H. A., & Qamari, I. N. (2020). Pengaruh Kualitas Website , Pelayanan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Pada Konsumen Online Amazara ). *Jurnal Proceedings*, 2020, 203–206.
- Citaningtyas, D., Kadi, A., Purwanto, H., & Ramadani, L. D. (2021). Pengaruh E-Promotion, E-Wom Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 224–238.
- Dewi, R. R., & Kristiyana, N. (2021). Pengaruh Perceived Quality, Perceived Price Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Purchase Intention (Survei Pada Konsumen Mobil Second Prabu Motor Ponorogo). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(4), 302
- Dewiyani, Sunarto. (2018). Analisis Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan Metode Webqual 4.0 Pada Universitas Narotama, Vol. 5, No. 11
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendradi, P., Sukendar, T., & Saputro, M. I. (2017). Pengaruh Kualitas Website Pt Go-Jek Indonesia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual. *Jurnal Satya Informatika*, 2(2), 44–57.
- Hidayat, Rahmat. (2019). *Cara Praktis Membangun Website Gratis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. h. 36
- Indana, L. (2021). Website Quality, Brand Image, Dan E-Wom Serta Pengaruhnya Terhadap Online Purchase Intention Studi Pengunjung Website Berrybenka. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 536–546.

- Iswati, N., & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Guardian Grand Batam Mall. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 8(1).
- Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis E-Wom, Online Shopping Experience Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen TikTok Shop Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Tepak Manajemen Bisnis*, XI(2), 289–307.
- Kurniawati, R.A., Kusyanti, A., & Mursityo, Y.T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website terhadap Kepuasan Pelanggan Mister Aladin dengan Menggunakan WebQual 4.0. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. Vol 2 (3), 1151-1160
- Maharani, N. P. J. (2022). Belanja Online Melalui Aplikasi Tiktok Menggunakan Theory Of Planned Behaviour. *Sitasi*, 1(10), 10–11.
- Marlina, R. D. (2021). Pengaruh Kualitas Aplikasi, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee). Universitas Sanata Dharma.
- Nurkhomaria, D. (2022). Pengaruh E- Trust, E- Service Quality, Dan E- Satisfaction Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Shoppe. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Nugroho J.Setiadi. (2018). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media. hlm. 3
- Putri, Budi Rahayu. (2017). Manajemen Pemasaran. Udayana University Press.
- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada. *Ecodemica*, IV (1)(2355–0295), 117–124.
- Priskila, T., & Priskila, A. (2020). Pengaruh Kualitas Website (Webqual 4.0) Dan Kualitas Pelayanan (Servqual) Online To Offline (O2O) Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen*, 16(2), 109–126.
- Setyo. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Best Autowork. *Performa Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 1 No.6. Hal 755-764.

- Sutisna. (2020). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. PT. Remaja Rosdakarya.
- Saputra, Rizki Gagah. (2022). Pengaruh Kepercayaan, E- Service Quality, Terhadap Keputusan Pembelian Online ( Studi Pada Pegguan Apilkasi Tokopedia ).
- Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi. (2018). Ekonomi Mikro Islam. Bandung: CV. Pustaka Setia. h. 235
- Santoso, S. (2015). Penelitian Kuantitatif Metode dan Langkah Pengolahan Data. Ponorogo: Umpo Press.
- Simanjorang, Z. M. Nawawi (2021). “*The Role of Social Media Tiktok In Increasing The Interest In Entrepreneurship In Millennials Generation,*” BUSTECHNO J. Bisnis dan Teknol., vol. 3, no. 1, pp. 10–13.
- Sugandi, “TikTok Shop Catat Rekor Penjualan saat Shopping 10.10,” (2021). <https://lifestyle.bisnis.com/read/20211013/220/1453801/tiktok-shop-catat-rekor-penjualan-saat-shopping-1010> (Diakses pada, Jun. 08, 2022)
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Edy. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2017. Pemasaran Strategik – Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-Marketing, Ed.III, (Yogyakarta, Andi,), h. 86