

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2015. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan Ke 1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service),
- Umboh, Sisilia Oktavia, Altje Tumbel dan Djuwarti Soepeno. 2015. Analisis Kualitas Produk, *Brand Image*, dan *Life Style* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di *Mississippi Manado Town Square*. *Jurnal EMBA*. 3(1), 1096-1104
- amalia, s., & kristianingsih, t. (2018). pengaruh motivasi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Grabcar pada aplikasi Grab. *JAB jurnal aplikasi bisnis volume 4, nomer 1*.
- anggraini, T., Megawati, & Juwita, R. (t.thn.). Analisis pengaruh E-WOM, emotional value, dan kemudahan penggunaan e-commerce terhadap transaksi C2C OLX (studi kasus mahasiswa STIE MDP).

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- badir, m., & andjarwati, a. l. (2020). pengaruh ewom, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian (studi pengguna aplikasi tokopedia). *jurnal minds: manajemen ide dan inspirasi vol.7, 1*.
- benito, a. (2011). analisis pengaruh kepercayaan, kemudahan dankualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online di situs kaskus.
- Dahmiri, hasbullah, H., & Sari, S. S. (2020). Pengaruh lifestyle terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di kota jambi. *jurnal manajemen terapan dan keuangan (Mankeau) Volume 9 No.1*.
- Dharmmesta, S.E, M.B.A, D. S. (t.thn.). PERILAKU KONSUMEN.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke-8. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hanum, Z., & hidayat, S. (2017). faktotr-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merk NIKE di kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi Volume 6, nomer 1*.
- Isoraite, M. (2016). Aspek teoritis bauran pemasaran. *Internasional Journal of Research Granthaalayah*.
- istiqomah, hidayat, z., & jariah, a. (2019). analisis pengaruh kepercayaan, iklan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian di situs shopee di kota lumajang. *progress conference volume 2, nomer 557*.
- Keller, K. (t.thn.). *Mnajemen pemasaran edisi 13 jilid 1*. Jakarta Airlangga.
- Lomi, A. G., Bessie, J. L., & Kasim, A. (2016). Pengaruh e-WOM pada media sosial facebook terhadap minat beli konsumen (studi pada tebing bar & cafe). *Journal of Manajemen (SME's) volume 2, nomer 1*.

- mahkota, A. p., suyadi, i., & riyadi. (2014). pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian online (studi pada poelanggan website ride Inc). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) volume 8, nomer 2.*
- Masthori, A. (2015). Model Pengukuran Kualitas Website Pemerintah Daerah Menggunakan Metode Webqual. *CITEE.*
- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh EWOM dan persepsi nilai terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja online di Lazada. *Ecodemica, volume IV, Nomer 1.*
- Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal kompetensi teknik volume 2, nomer 2.*
- Rudianto, D., & Putri, N. (2020). Pengaruh E-Learning dalam Mata Kuliah MAFIKI di Institut Teknologi Sumatra Menggunakan Metode Wilcoxon. *Indonesian Journal of Applied Mathematics.*
- Rusniati, & fariany, G. r. (2016). pengaruh lifestyle terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online. *Politeknik negeri Banjarmasin.*
- Santoso, S. (2014). *"STATISTIKA"*. Ponorogo: Umpo Press.
- Santoso, S. (2014). *Statistik Parametrik Edisi Revisi*. Jakarta: Alex Media Kompotindo.
- Saputri, M. E. (t.thn.). Pengaruh perilaku konsumen terhadap pembelian online produk fashion pada Zalora Indonesia.
- Sari, N., saputra, M., & Hussein, J. (2017). pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian toko online bukalapak.com. *Manajemen magister.*
- sari, v. e. (2019). pengaruh ewom, lifestyle, kepercayaan terhadap keputusan pembelian ticket online booking pada situs traveloka.com di Ponorogo. *eJournal Administrasi Bisnis, volume 7, 4.*

sebayang, A. a. (2017). Pengaruh resiko, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan electronic word of mouth terhadap penggunaan layanan mobile banking. *jurnal fakultas ilmu social dan politik universitaslampung*.

Sindunata, I., & Wahyudi, A. (t.thn.). Pengaruh E-WOM (electronic word of mouth) terhadap keputusan pembelian di agoda.com.

Sugiyono. (t.thn.). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

ulfa, m., ekowati, t., & P, m. g. (2019). pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk fashion online. *universitas muhammadiyah purworejo*.

