

DAFTAR PUSTAKA

- Alladin, D., & Mardian, I. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik di Duta Elektronik Kota Bima. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 1(3), 182-196.
- Buchari, A., Achsani, N. A., Tambunan, M., & Maulana, T. N. A. (2016). The Capital Structure of Venture Capital Firms in Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 20(3), 407-416.
- Pamungkas, I. D., Ghozali, I., Achmad, T., Khaddafi, M., & Hidayah, R. (2018). Corporate governance mechanisms in preventing accounting fraud: A study of fraud pentagon model. *Journal of Applied Economic Sciences*, 13(2), 549-560.
- Razali, G., Nikmah, M., Sutaguna, I. N. T., Putri, P. A. N., & Yusuf, M. (2023). The Influence Of Viral Marketing And Social Media Marketing On Instagram Adds Purchase Decisions. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 75-86.
- Subaidi, E. (2018). Peran Electronic Word Of Mouth dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Taman Nasional Way Kambas (Studi pada Pengguna Instagram Bandar Lampung).
- Sugiono, S., Noerdjanah, N., & Wahyu, A. (2020). Uji validitas dan reliabilitas alat ukur SG posture evaluation. *Jurnal Keterapian Fisik*, 5(1), 55-61.
- Dolok Saribu, K. B. (2024). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik Pada Konsumen Di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara* (Doctoral dissertation, Universitas Malikussaleh).
- Nugrahanto, B. P., & Hartini, N. (2023). Fear of Missing Out (FoMO) dan Kesejahteraan Subjektif pada Mahasiswa. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 1(4), 225-240.
- Syafaah, N., & Santoso, I. H. (2022). Fear of Missing Out dan Korean Wave: Implikasinya pada Keputusan Pembelian Kosmetik asal Korea. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 405-414.

- Prabowo, A. J., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia. *CITACONOMIA: Economic and Business Studies*, 2(02), 60-80.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188.
- SISMAN, A., & MUSKITA, S. M. W. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Online ShopThyy Thyy) DI KOTA SORONG. *JURNAL BADATI*, 3(1), 42-53.
- Talibo, I. (2018). Fungsi Manajemen dalam Perencanaan Pembelajaran. *Jurnal Ilmiah Iqra'*, 7(1).
- Suhartini, S., & Maharani, D. (2023). Peran Fear Of Missing Out (FoMO) dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 349-356.
- Arde, A. P., Marzal, J., & Saputra, E. (2021). Evaluasi Penerimaan Penggunaan Sistem Informasi Akademik (SIKAD) Universitas Jambi Menggunakan Unified Theory of Acceptance And Use of Technology (UTAUT). *Jurnal Rekayasa Informasi*, 10(1), 13-22.
- Saputra, K. A. K., Pradnyanitasari, P. D., Priliandani, N. M. I., & Putra, I. G. B. N. P. (2019). Praktek akuntabilitas dan kompetensi sumber daya manusia untuk pencegahan fraud dalam pengelolaan dana desa. *Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 10(2), 168-176.
- Diawati, P., Putri, R. R., Sugesti, H., Hakim, L., & Farizki, R. (2021). Pengaruh brand ambassador dan viral marketing terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen marketplace. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(4), 560-569.
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, store atmosphere, dan e-wom terhadap proses keputusan pembelian (survei terhadap konsumen zenbu-house of mozaru paris van java, bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148-158.

- Idawati, I. A. A., & Pratama, I. G. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*.
- Prayunda, R. N. D., & Wardani, N. I. K. (2023). Analisis E-Trust dan E-Wom Terhadap E-Loyalty Pada Pengguna Tokopedia di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5496-5507.
- Ediyanto, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik Di Dealer Mega Sinar Bintang Besuki Situbondo. *Growth*, 21(1), 176-193.
- Rahmadani, C. F. (2023). Pencegahan Pelanggaran Lalu Lintas Penggunaan Sepeda Listrik. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(8), 801-808.
- Sarwono, A. E., & Pratiwi, D. (2022). Pengaruh E-Wom, Ease Of Use And Trust Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Lifestyle Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Surakarta. *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama*, 10(01), 113-124.
- Riskiyani, V., Karnadi, K., & Fandiyanto, R. (2024). Pengaruh Keragaman Produk, Distribusi, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik Pada Toko Sepeda Goda Di Situbondo Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(3), 558-570.
- Saajidah, L. (2018). Fungsi-fungsi manajemen dalam pengelolaan kurikulum. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 3(2), 201-208.
- Agustin, D. M. (2024, September). Pengaruh Harga, Digital Social Responsibility, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Listrik Di Kota Madiun. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 6)
- Sachiyati, M. (2023). Fenomena Kecanduan Media Sosial (Fomo) Pada Remaja Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 8(4).
- Himmah, A. R. A., & Prihatini, A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian

- (Studi Pada Konsumen Pixy Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1153-1161.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi nilai pelanggan dan keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, desain produk dan endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630
- Novita, D., & Hidayat, S. (2024). Analisis Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik di Kota Serang. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa*, 6(1), 87-96.
- Rahmayanti, N., Sugiarti, M., & Hadi, S. (2024). Analisis Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik Merek U-Winfly. *EBISMAN: eBisnis Manajemen*, 2(1), 25-29.
- Andini, N. P. (2014). *Pengaruh viral marketing terhadap kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya angkatan 2013 yang melakukan pembelian online melalui media sosial instagram)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Cahyono, M. R. A., & Mariza, I. (2022). Sistem Pemantauan dan Pengendalian Sepeda Listrik Berbasis Internet of Things. *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 11(1), 53-60.
- Rimbahari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. (2023). Pengaruh viral marketing dan social media marketing terhadap keputusan pembelian di platform TikTok. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 457-466.
- Sanjaya, S., & Budiono, H. (2021). Pengaruh Penggunaan Sosial Media Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Kepercayaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 1147-1157.
- Hisbullah, M. A. D., Purnamasari, E. D., & Emilda, E. (2023). Pengaruh Viral Marketing dan Fear Of Missing Out terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Mixue di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 4(3), 166-177.
<https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v4i3.1581>
- Nazib, M. A., Lasiyono, U., Aripriatno, T., Pgri, U., & Surabaya, A. B. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas & E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian

- Sepeda Motor Honda Cv. Tirta Sejahtera. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 2746–8607.
- Padmawati, N. M., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). Peran Kepercayaan Merek Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime Di Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2621. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p08>
- Pramana, M. Z. R., Winarno, S. T., & Amir, I. T. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sayuran Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior (Studi Kasus di Pasar Modern Cirtaland, Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 86. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.2853>
- Sandala, D., Massie, J. D. D., Dicki Sandala, O. :, Massie, J. D. D., Tumbuan, W. J. F. A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Universitas, J. M., & Ratulangi, S. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mom Milk Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2721–2730.
- Setiawan, A. (2015). Pengaruh Trust (Kepercayaan) dan Online Shopping Experiences (Pengalaman Berbelanja Online) terhadap Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Online: Prespektif Konsumen di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 13(3), 463–473.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tanuwijaya, J., & Mulyandi, R. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *Jurnal Sosial Sains*, 1(5), 368–373. <https://doi.org/10.36418/sosains.v1i5.81>
- Zhang, G. (2023). The Influence of Social Media Marketing on Consumers' Behavior. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 20(1), 119–124. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/20/20230181>
- Boase, J. P. (2005). Critical Book Review. *International Review of Administrative Sciences*, 71(4), 659–662. <https://doi.org/10.1177/0020852305059849>