

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan ke-1). Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Adeliasari, Ivana, V., dan Thio, S. (2014). *Electronic Word of Mouth (eWOM) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya*.
- APJII. (2015). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Didapat dari: <http://www.apjii.or.id/>
- APJII. (2016). *Pengguna Internet di Indonesia* Didapat dari : <https://www.apjii.or.id/>
- Bataineh, Abdallah Q. (2015). The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image. *International Journal of Marketing Studies*.
- Berisatu. (2015). Mayoritas Netizen di Indonesia Berusia 18-25 Tahun (Maret 2015). Didapat dari : www.berisatu.com
- Chinomona, R. (2013). The Impact of Product Quality on Perceived Value, Trust and Students Intention to Purchase Electronic Gadgets. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(14).
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Digination. 2017. *Top shopping apps on google play* Didapat dari: <http://www.digination.id>
- Hasan, Ali dan Niken Widiati Setiyaningtiyas. (2015). *Pengaruh Electronic Word of Mouth pada media social Facebook terhadap keputusan berkunjung ke desa wisata nglanggeran gunungkidul*.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Jakarta: PT Buku Seru
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). England: Person Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). England: Person Education Limited.

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management (15th edition)*. Harlow : Pearson Education Limited
- Lin, C., Wu, Y.S., dan Chen, J.C.V. (2013). Electronic Word of Mouth: The Moderating Roles of Product Involvement and Brand Image. *Technology Innovation and Industrial Management*.
- Liputan 6. 2017. *e-Commerce Shopee* Didapat dari: Sumber: <http://teknoliputan6.com/>
- Prasetijo, R. dan Ihalauw, J.J.O.I. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Riduwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Sarah, Tatsa Marizka Siti dan Nurafni Rubiyanti. (2016). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli pada Café DU71A*. Bandung: Universitas Telkom.
- Sari, V.M. (2012). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) di Social Media Twitter terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Restoran Holycowsteak)*. Depok: Universitas Indonesia.
- Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat
- Sarwono, Jonathan dan Martadiredja, Tutty. (2008). *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sarwono, Jonathan dan Martadiredja, Tutty. (2008). *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2013), *Research Methods For Business (6th edition)*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2007). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Buku 1, Edisi 4)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2007). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Buku 1, Edisi 4)*. Jakarta: Salemba Empat
- Sharma, Naimatullah Charo Pershant; Saadullah Abdul Haseeb; Muhammad Zohaib Sufya. (2015). Determining the Impact of e-WOM on Brand Image

- and Purchase Intention Through Adoption of Online Opinions. *International Journal of Humanities and Management Sciences*.
- Shopee. (2018). *Official website Shopee Indonesia*. Didapat dari: <http://www.Shopee.co.id> .
- Siregar, Syofian. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sirkin, Mark. (2006). *Statistics for The social Sciences*. Sage Publication Inc.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Cetakan ke12). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Techinasia. (2014). *Pengguna smartphone di Indonesia (Desember 2014)* Didapat dari : <https://id.techinasia.com>
- Themba, G. dan Mulala, M. (2013). Brand-Related eWOM and Its Effect on Purchase Decisions: An Empirical Study of University of Botswana Students. *International Journal of Business and Management*. Vol. 8, No. 8.
- Wearesocial. (2017). *Growth of m-Commerce shoppers (Maret 2017)*. Didapat dari: www.wearesocial.net.
- Widagdo, Bachtiar dan Marheni Eka Saputri (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Purchase Intention melalui media social Twitter pada Chatime Indonesia. *E-proceeding of Management Vol 4, No3*.
- Widyoko, Eko Putro. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Windaratu, Intanta. (2016). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat beli pada Etude House*. Bandung: Universitas Telkom.
- Zikmund, G.W dan Babin. B.J. (2013). *Menjelajahi Riset Pemasaran*, 10thed, Jakarta: Penerbit Salemba Empat

Zikmund, G.W dan Babin. B.J. (2013). *Menjelajahi Riset Pemasaran*, 10thed. Jakarta: Penerbit Salemba Empat

Zulkiffli, Wan Farha; Wan Lu Man Hongm Shah Iskandar Fahmie Ramlee; Muhammad Naqib bin Mat Yunoh, Roslizawati Che Aziz. (2017). The Effectiveness of Electronic Word of Mouth on Consumer Purchase Intention Among Generation-Y. *International of Accounting, Finance and business Vol 2*.

