

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliasari, Vina Ivana dan Sienny Thio. *Electronic word of mouth (e-WOM) dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Volume 14 Nomor 2.* Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Anwar Rosian dan Adidarma Wijaya. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Volume 14 Nomor 2*
- Davis, F.D., 2012 “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”, *MIS Quarterly*, 13 (5), pp. 319-339,
- Ekawati Mustika, Kumadji Srikandi dan Andriani Kusumawati 2014. Pengaruh *Electronic word of mouth* Terhadap Pengetahuan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Followers Account Twitter@WRPTdiet). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Volume 14 No 2 September 2014.*
- Hasan Ali dan Niken Widiati Setiyaningtiyas. 2015. Pengaruh *Electronic word of mouth* Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglageran Gunung Kidul. *Jurnal Media Wisata Volumw 13 Nomor 1 Mei 2015.*
- Dewi Ria Yunita, Ylianeu, Andi Rri Haryanto dan Edward Cagah. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.com). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 12 Nomor 2.*
- Ekawati Mustika, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati. 2017. Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Pengetahuan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Follower Account Twitter @wrprdiet). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 24 Nomor 2*
- Ghozali Imam. 2012. *Analisis Multivariate dengan Menggunakan SPSS 19.0.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hair Jr Joseph, William C Black, Barry J Babin dan Rolph F Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis.* Mc Graw-Hill, Irwin.
- Hermawan Kertajaya. 2014. *Pasar E-Commerce Indonesia dan Era Digital Marketing.* Badan Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.

- Ismayanti Nonik Ni Wayan dan Suardana I Wayan I dan Negara I Made Kusuma. 2015. Pengaruh Kepercayaan, dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Akomodasi di Bali Situs Booking.com. *Jurnal IPTA Volume 3 Nomor 1 Tahun 2015*.
- Ivansinadtra., Bobby Alexander. 2017. Pengaruh e-WOM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian di Agoda.com. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Volume 14 Nomor 2*. Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Marketing Management 14E*. Prentice-Hall. Person.
- Latifah Qonita dan Citra Kusuma Dewi. Pengaruh Perilaku E-WOM Terhadap Online Purchase Intention Pada Produk Online Ship Khayna. *E-Proceeding of Management Volume 3 Nomor 2 Agustus Page 1932*.
- Loveloc. 2012. *Basic Of Marketing 8th Edition*. McGraw-Hill, Irwin.
- Lui Gong, M., Jameison Xu, Y., and Yu, Y., 2014. An enhanced technology acceptance model for web-based learning. *Journal of Information Systems Education (online journal from Proquest)*, Vol. 15, Iss. 4, pg. 365.
- Putri Dharma Istri Cokorde, dan Sudiksa Bagus Ida. 2018. Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Online Pada Situs Lazada. *Jurnal Manajemen Unud Volume 7 No 7*
- Prastyo Kutut. 2014. Pengaruh *Electronic word of mouth* di Media Sosial Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Hoka Hoka Bento. *Jurnal Bisnis dan Informasi Volume 4 Nomor 2*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Rafidah Inas. 2017. Analisis Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6 Nomor 2 Februari 2017*.
- Reis Al. 2014. *New Era Marketing 12th Edition*. McGraw-Hill, Irwin,
- Redondo Jorge Matute Yolanda. 2016. The influence of EWOM Characteristics on Online Repurchase Intention: Mediating Roles Of Trust And Perceived Usefulness. *Online Information Review, Vol. 40 Iss 7 pp.* <http://dx.doi.org/10.1108/OIR-11-2015-0373>.
- Saleem Muhammad Abid, Sadaf Zahra, Asif Yaseen. 2014. Impact of Service Quality And Trust On Repurchase Intentions - The Case Of Pakistan

Airline Industry. *Pacific Journal of Marketing and Logistics*,
<https://doi.org/10.1108/APJML-10-2016-0192>

Shank Adamson, I., & Shine, J. 2014. Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*. Vol. 15 No. 4: pp 441-455

Syafaruddin Z, Suharyono, dan Srikandi Kumadji. Pengaruh Komunikasi *Electronic word of mouth* Terhadap Kepercayaan (Trust) dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Online Shopping Zafartech.com *Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 12 Nomor 2*.

Sulistiono Meiliana dan Setiawan Budi. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Giant Hypermarket. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Volume 1 Nomor 2 Page 247 sampai dengan 254*.

Sumarwan Ujang, Toni Sitinjak, Rangkuti dan Ilhamdiahsyah. 2010. *Management Strategic Cetakan V*. BPF, Yogyakarta.

Tjiptono Fandy. 2012. *Pemasaran Strategic Edisi Ke-3*. Salemba Empat, Jakarta.

Umar Husen Anwar. 2013. *Marketing Research Edisi IV*. Gramedia Pustaka. Jakarta.

Wijaya Darma. 2017. Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Perspektif Volume XV Nomor 2 September 2014*.

Widnyani Ni Komang Rieng, Tjahjono Djatmiko. 2012. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Ana Silver Gianyar Bali (Studi Kasus Ana Silver dan www.anasilver.com). *E-Journal Manajemen Bisnis & Informatika*. Universitas Telkom, Jakarta.

Widiana, Hapsoro Darpito, Ida Wiendijarti dan Indrawan, 2012. ngaruh Technology Acceptance Model Terhadap Pembelian Furniture Dan Handycrat Produk Ukm Melalui Media Online Di Yogyakarta, *Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 13 Nomor 2 Mei 2012 Halaman 135 – 144*

Widnyanu Ni Komang dan Djatmiko Tjahyono. 2012. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Ana Silver Gianyar Bali (Studi Kasus Ana Silver dan www.anasilver.com) *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Volume 9 Nomor 2*.

- Wijaya Tommi dan Paramita Esistia Lidia. 2014. Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. *Seminar Nasional dan Call for Peaper Research Methods and Organization Studies*.
- Yu Chian-Son. 2011. *Construction and Validation Of An E-Lifestyle Instrument*. Vol. 21 No. 3, 2011 pp. 214-235 q Emerald Group Publishing Limited 1066-2243 DOI 10.1108/10662241111139282.
- Yuniarti Yeny. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online. *Jurnal Seri Humaniora Volume 18 Nomor 1*.
- Zboja James J dan Clay M. Voorhees. The Impact Of Brand Trust And Satisfaction On Retailer Repurchase Intentions. *Journal of Services Marketing 20/5 (2006) 381–390 q Emerald Group Publishing Limited [ISSN 0887-6045] [DOI 10.1108/08876040610691275*.