



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd-Elaziz, M. E., Aziz, W. M., Khalifa, G. S., & Ma'youf, M. A. (2015). Determinants of Electronic word of mouth (EWOM) influence on hotel. *Journal of Faculty of Tourism and Hotels*, 194-223.
- Almana, A. M., & Mirza, A. A. (2013). The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers' Purchasing Decisions. *International Journal of Computer Applications*, 23-31.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Hair. (2010). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Hsu, & Lin. (2016). Technological Forecasting & Social Change. *Effect of perceived value and social influences on mobile app stickiness and in-app*, 1-12.
- Idntime*. (2017, Agustus 24). Retrieved Mei 7, 2018, from [idntime.com: https://business.idntimes.com/economy/yoshi/pertumbuhan-e-commerce-indonesia-1/full](https://business.idntimes.com/economy/yoshi/pertumbuhan-e-commerce-indonesia-1/full)
- Jalilvand, M. (2012). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention. *Journals of Marketing Intelegence and Planning*, 5-5.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The Impact of Electronic Word of Mouth On Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*, 460-476.
- Jimenez, F. R., & Mendoza, N. A. (2013). Too Popular to Ignore: The Influence of Online Reviews on Purchase Intention of Search and Experience Products. *Journal of Interactive Marketing*, 226-235.
- Katadata*. (2018, Februari 20). Retrieved Mei 6, 2018, from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/20/berapa-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/20/berapa-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia)
- Kompas*. (2015, Juli 1). Retrieved from [techno.kompas.com: https://tekno.kompas.com/read/2015/07/01/10360807/Pemesan.iPhone.6.Jadi.Sabun.Akhirnya.Angkat.Bicara](https://tekno.kompas.com/read/2015/07/01/10360807/Pemesan.iPhone.6.Jadi.Sabun.Akhirnya.Angkat.Bicara)
- Kompas*. (2018, Maret 22). Retrieved from [lifestyle.kompas.com: https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita](https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita)

- Kotler, P. (2009). In *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. (2009). In *Belajar Mudah SPSS untuk Pemula*. Yogyakarta: Mediakom.
- Maria, Kindangen, & Rumokoy. (2016). The Effect of Electronic Word of Mouth on Consumer Buying Decision in Lazada. *Jurnal EMBA*, 1087.
- Oktofiyani, R., Nurmalasari, & Anggraeni, W. (2016). Penerimaan Sistem E-learning Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Study Kasus Siswa/i Kelas X di SMU Negeri 92 Jakarta. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 46-53.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: ANDI.
- Santoso, S. (2011). *Structural Equation Model (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*, 97-106.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). In *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). In *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). In *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). In *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Swarjana, K. (2012). *Metodologi Penelitiain Kesehatan*. Yogyakarta: ANDI.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2011). In *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tribun. (2016, 5 15). *Ini Perbedaan Generasi dan Kelebihannya*. Retrieved from Tribunnews: <http://www.tribunnews.com/tribunners/2016/05/15/ini-perbedaan-generasi-dan-kelebihannya>
- Tribun. (2018, Februari 8). Retrieved Mei 7, 2018, from Tribun News Web site: <http://www.tribunnews.com/bisnis/2018/02/08/inilah-evolusi-persaingan-e-commerce-di-indonesia-tahun-2017>
- Wibowo. (2012). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.

Wijaya, T., & Paramita, E. L. (2014). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMERA DSLR. *Seminar Nasional dan Call for Paper*, 12-19.

Wikipedia. (2018). Retrieved Mei 7, 2018, from wikipedia.org:
https://id.wikipedia.org/wiki/LAZADA_Indonesia



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA