

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Tajuddin, U. N. R., Abu Hassan, L. F., Othman, A. K., & Razak, N. A. (2020). Electronic Word-of-Mouth (E-WOM), Brand Image and Consumer Purchase Intention on Healthcare Products. *Journal of Accounting Research, Organization and Economics*, 3(1), 73–83. <https://doi.org/10.24815/jaroe.v3i1.16823>
- Amrullah, M. F. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , dan Elektronik Word of Mouth terhadap Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee di Indonesia*. 2(1), 1–5. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v2i1.28>
- Arianthi, D. E., & Sampurna, D. S. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–23.
- Dhiza, A., Zulkarnain, & Widiyatsari, A. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Economica*, 8(1), 15–31. <https://doi.org/10.46750/economica.v8i1.26>
- Frima Fadhila Putra, Marheni Eka Saputri, S. M. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Bukalapak The Effect Of Brand Image And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decision On Bukalapak Latar Belakang PT Bukalapak atau yang biasa dikenal dengan Bukalapak merup*. 7(2), 6212–6222.
- HS, T. R. G. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian J.Co Donuts And Coffe Di Bip (Bandung Indah Plaza)*. 1(1), 1689–1699.
- Lrviana, A. (2019). Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Tentang Promosi Dan Store Atmosphere Serta Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen Pada Caribou Coffee PVJ Dan Starbucks Coffee PVJ. *Universitas Katolik Parahyangan*, 57–77. [http://repository.unpas.ac.id/32885/4/BAB III revisi.pdf](http://repository.unpas.ac.id/32885/4/BAB%20III%20revisi.pdf)
- Purwaningdyah, S. W. S. (2019). Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 73–80. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i1.1849>
- Siswanty, Y. E., & Prihatini, A. E. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth , Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar yang berada di Kota Semarang) Pendahuluan Rumusan Masalah*.

IX(Iii), 380–388.

[https://jombangkab.bps.go.id/pressrelease/2021/01/25/714/hasil-sensus-
penduduk-2020.html](https://jombangkab.bps.go.id/pressrelease/2021/01/25/714/hasil-sensus-penduduk-2020.html)

[https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2015/G.311.15.0010/G.311.15.001
0-07-BAB-IV-20190903012751.pdf](https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2015/G.311.15.0010/G.311.15.0010-07-BAB-IV-20190903012751.pdf)

[https://cyberthreat.id/read/9141/Pengguna-Internet-Indonesia-2019-Capai-19671-
Juta-Jiwa](https://cyberthreat.id/read/9141/Pengguna-Internet-Indonesia-2019-Capai-19671-Juta-Jiwa)

[https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tahun-
2020-capai-196-7-juta-naik-karena-wfh-1uYnJ729dTL](https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tahun-2020-capai-196-7-juta-naik-karena-wfh-1uYnJ729dTL)

<https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>

<https://thidiweb.com/sejarah-shopee/>