

REFERENCES

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Apjii). (2017). Pemanfaatan Internet Bidang Ekonomi Years 2017. (<https://www.apjii.or.id/>), Access 05 September 2020.
- Ajzen. (2005). *Attitude Personality And Behavior* (2nd Edition), Verksire, UK : Open University Press-Me Grow Hill Education.
- Azwar, S. (2011). *Metode penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Belajar
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek Planning Dan Strategy : Qiara Media* 2019
- Gusniputra, A.G. (2017). Pengaruh WOM (Word Of Mouth) Terhadap Faktor Psikologis Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pemakaian Layanan Instan Messenger Line (Survei Pada Mahasiswa Pengguna Layanan Instan Messenger Line Angkatan 2012-2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang).
- Joesyiana. K. (2018). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media *Online Shop* Shopee Di Pekanbaru (Survey Pada Mahasiswa Semester Vii Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau).
- Kurniawan, A. (2010). *Belajar Mudah Spps Untuk Pemula*, Yogyakarta.: Media Kom.
- Mauludia, Z. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) terhadap Purchase Intention melalui Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Oppo Smartphone di Indocell Malang).
- Morwitz, V. (2014). Consumer's Purchase Intentions And Their Behavior. *Foundation And Trends In Marketing*, 7(3), 181-230. Doi:10.1561/17000000036
- Nazir, M. (2003). *Metode Peneleitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia

- Ni'mah, N. (2018). Hubungan Antara *Word Of Mouth* (Promosi Dari Mulut Ke Mulut) Dengan Repurchase Intention (Niat Membeli Ulang) Pada Produk Online Shop. Skripsi. Fakultas Psikologi Dan Kesehatan. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Nugroho,U. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani*: Jawa Tengah :Cv. Sarnu Untung
- Pardede. M. (2014):Uji t, Uji f, dan Uji Koefisien determinasi (Online), Available From :
<https://www.google.com/search?btnG=1&pws=0&q=HASIL%20UJI%20F%20MENURUT%20PARDEDE> Accessed 11 December 2020.
- Priyanto, D. (2010). *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta. Media Kom.
- Prasetyo. B. (2018). Hubungan Antara Persepsi Terhadap *Word Of Mouth* (WOM) Dengan Intensi Membeli Melalui Media Internet (*Online Shopping*) Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Saleem, A & Ellahi, A. (2017) : Influence Of Electronic *Word Of Mouth* On Purchase Intention Of Fashion Products In Social Networking Websites, Pakistan Journal Of Commerce And Social Sciences (Pjcss), Issn 2309-8619, Johar Education Society, Pakistan (Jespk), Lahore, Vol. 11, Iss. 2, PP. 597-622
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Septiana. A. (2017). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Kreatif : Duta Media Publishing 2017.
- Siregar, M. Edo, S. Kaffah dkk. (2018). Pengaruh Bintang Iklan Dan Kepribadian Merek, Dan Karakteristik Produk Terhadap Intensi Membeli Garnier Light Complete Versi Chelsea Islan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unj). Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi) Vol 9, No.1, 2018).
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D, Alfabeta. Bandung
- Sukarnaya, Komang.,Tripalupi.L.E, Dkk. (2019). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pada Distro Legend Store Di Kecamatan Nusa Penida. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undishka. Volume 11 No. 1 Years 2019

- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*, Yogyakarta.
- Sumardy. (2011). *The Power Of Mouth Marketing, Jakarta.:* Gramedia Pustaka Utama
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Ilmu : Yogyakarta.
- Sumadiyo, K.B., & Nailul, F. (2018). Hubungan Antara Komformitas Terhadap Teman Sebaya Dengan Intensi Membeli Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Universitas Diponegoro. *Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Jurnal Empati, Oktober 2018, Volume 7 (Nomor 4), Halaman 6-12*
- Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Yusup, D. (2020). *Pengaruh Experiential Marketing Argowisata Kampoeng Jamboe Terhadap Word Of Mouth Pengunjung* : Dede Yusup, 2020.

