



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Jurnal

- Annisa, N., & Hartono, B., D. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran dan Diferensiasi Produk Melalui Instagram, Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen di Kedai Kpoi Darling Habit. 1(1). Jurnal Jurnal Manajemen Bisnis dan Publik (JMBP)*. 20-32
- Cahyono, F. D., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth (Ewom) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei Pada Followers Akun Instagram @Saboten\_Shokudo)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 37(1).
- Chetna, K., & Amresh, K. (2017). *Social Ewom: Does It Affect The Brand Attitude And Purchase Intention Of Brands? Management Research Review*, 40(3), 310–330. <https://doi.org/10.1108/Mrr-07-2015-0161>
- Dwi, F. B. A. A. S. (2015). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(2).
- Estriana, V., Umaimah Wahid, & Nawiroh Vera. (2020). *Analisa Strategi Ecommerce Indonesia Dalam Penerapan Integrated Marketing Communication. Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komputer*, 9(1).
- Gandhy, A., & Hairuddin, J. A. (2018). *Analysis of Promotion and Product Differentiation of Jukajo on Consumer Purchase Decision. Binus Business Review*, 9(1), 9-18.
- Hanif, M., Rahayu, S., & Tri Astuti. (2018). *Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Calon Konsumen Mobil Datsun Di Kota Semarang)*. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(4).
- Helen H., & Tunjungsari, H. K. (2019) *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-Wom) Dan Country Of Origin (Coo) Terhadap Purchase Intnsion; Melalui Mediasi Brand Image Terhadap Produk Nature Republic Di Universitas Tarumanagara. Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-Wom) Dan Country Of Origin (Coo) Terhadap Purchase Intnsion; Melalui Mediasi Brand Image Terhadap Produk Nature Republic Di Universitas Tarumanagara*.
- Imam Heryanto. (2015). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2).
- Irawan, I. A. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI PADA APLIKASI ONLINE DIMASA PANDEMI COVID-19. *KELOLA: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 9-16.

Ivan, S., & Wahyudi, A. (2018). *Pengaruh E-Wom (Electronic-Word-Of-Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Di Agoda.Com. Jurnal Management Perhotelan.*, 3(128–138).

Jannah, R. (2021). *PENGARUH KEMASAN, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PRODUK MAKANAN DI MASA PANDEMI COVID-19 DI KALANGAN MAHASISWA* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Jhanghiz, S., & Muhamad, A. I. (2018). *The Impact Of Electronic Word Of Mouth (Ewom) On Brand Equity Of Imported Shoes: Does A Good Online Brand Equity Result In High Customers' Involvements In Purchasing Decisions? The Asian Journal Of Technology Management.*, 1(11), 57-69.

Li, D. C.-P., & Author, C. (2017). *Effects Of Brand Image, Perceived Price, Perceived Quality, And Perceived Value On The Purchase Intention Towards Sports And Tourism Products Of The 2016 Taichung International Travel Fair. The Journal Of International Management Studies*, 12(2).

Noraini, S., Nazrin., A. K., & Fitri, M. (2016). *The Effect Of E-Wom On Customer Purchase Intention. International Academic Research Journal Of Social Science*, 2(1), 73–80.

Nurzaini, Y., & Imroatul Khasanah. (2018). *Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek, Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian. Diponegoro Journal Of Management*, 7(2), 1–11.

Paputungan, P. R., Soegoto, A. S., & Roring, F. (2018). *Pengaruh Promosi Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Oriflame Manado. Jurnal Emba*, 6(4), 3703 – 3712.

Perera, C. H., Nayak, R., & Long, N. V. T. (2019). *The Impact of Electronic-Word-of-Mouth on e-Loyalty and Consumers'e-Purchase Decision Making Process: A Social Media Perspective. International Journal of Trade, Economics and Finance*, 10(4), 86-91.

Pramudita, R. A., & Antika, R. W. (2021). *ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL. iqtishadEQUITY*, 3(2), 290-302.

Prasetyo, C. A., Aziiz, R. A., Maruf, F. I., Alvia, I. K., & Tarmidi, D. (2021). *The Influence of Online Customer Review and Price on Purchase Decision Through Shopee in Covid-19 Period (Survey of Shopee Customers in Bandung in 2020). Psychology and Education Journal*, 58(3), 544-552.

Pratita, B. W. A., Pratikto, H., & Sutrisno, S. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan di Kober Bar Malang. Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 3(4), 497-503.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Priansa, D. J. (2016). *Pengaruh e-wom dan persepsi nilai terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja online di Lazada. Jurnal ecode mica*, 4(1), 117-124.

PUTRA, C. A., TANAMAL, J., & MUBARAQ, R. (2015). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA DISTRO BATTLEBOOM PALU. JURNAL ILMU MANAJEMEN UNIVERSITAS TADULAKO*, 1(3).

Rachbini, W. (2018). *The Impact Of Consumer Trust, Perceived Risk, Perceived Benefit On Purchase Intention And Purchase Decision. International Journal Of Advanced Research*, 6(1), 1036–1044. <https://doi.org/10.21474/Ijar01/6317>

Rahmawati, D., Handayani, R. D., & Willma Fauzzia. (2019). *Pengembangan Pemasaran Produk Roti Dan Pastry Dengan Bauran Pemasaran 4p Di Sari Good Bakery. Abdimas Bsi*, 2(1), 233–243.

Reza Jalilvand, M., & Samiei, N. (2012). *The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention. Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 460–476. <https://doi.org/10.1108/02634501211231946>

Sari, M. P., Rachman, L. A., & Ronaldi, D. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk YOU. Jurnal Enterpreneur dan Bisnis (JEBI)*, 1(2).

Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. Jurnal Manajemen Magister*, 3(1).

Sholeh, F., Widarko, A., & Priyono, A. (2018). *Diferensiasi Produk, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Bandung Super Model Sengkaling Malang). E – Jurnal Riset Manajemenprodi Manajemen*, 7(2).

Siti Nurul Hidayah. (2019). *Geliat, Prospek, Dan Tantangan Industri Otomotif Indonesia Title. Center For The Study Of Society And Transformation. https://www.gaikindo.or.id/Geliat-Prospek-Dan-Tantangan-Industri-Otomotif-Indonesia/*

Sudjatnika, F. V. (2017). *Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia. com. Agora*, 5(1).

Täuscher, K., & Laudien, S. M. (2018). *Understanding Platform Business Models: A Mixed Methods Study Of Marketplaces. European Management Journal*, 36(3), 319–329. <https://doi.org/10.1016/J.Emj.2017.06.005>

Thungasal, C. E., & Dr. Ir. Hotlan Siagian, M. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. Agora*, 7, 1.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
Hak milik intelektual (insan) dan jurnalistik (jurnal) milik Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menghantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Winata, D. F., Tampi, D. L., & Mangindaan, J. V. (2020). *Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Xpander*. *Productivity*, 1(5).

Yang, Y., Park, S., & Hu, X. (2018). *Electronic Word Of Mouth And Hotel Performance: A Meta-Analysis*. *Tourism Management*, 67, 248–260. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.01.015>

Yoga Famei Akbarini. (2017). *Pengaruh Kelompok Referensi, Diferensiasi Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan ( Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo)*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).

### Sumber Buku

Alma H. Buchari, (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Bussiners Research Method*. New York: McGraw-Hill.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Kotler, P., & Keller, L. K. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Pearson Education.

Kotler Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.

Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2018). *Principles Of Marketing. Edisi 17 Global Edition (17th Ed.)*. Pearson.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian*. Salemba Empat.

Umar, Husein. (2019), *Metode Riset Manajemen Perusahaan*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sudaryono. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: Penerbit CV. Andi Offset.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. Tempo.

Widokarti, Joko Rizkie & Donni Juni Priansa. (2019). *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*. Bandung: CV Pustaka Setia.

### Website

[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id): Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit), 2017-2019 <https://www.bps.go.id/indicator/17/57/1/jumlah-kendaraan-bermotor.html>, diakses 13 Juni 2021



www.bps.go.id: Diskon PPnBM Mobil 1.500 hingga 2.500 cc Resmi Berlaku, Ini Rinciannya <https://money.kompas.com/read/2021/04/02/143812526/diskon-ppnbnm-mobil-1500-hingga-2500-cc-resmi-berlaku-ini-rinciannya>, diakses 14 Juni 2021

www.otomotif.kompas.com: Pabrikan Otomotif Mulai Merasakan Pengaruh Positif Insentif PPnBM <https://otomotif.kompas.com/read/2021/03/08/082200015/pabrikan-otomotif-mulai-merasakan-pengaruh-positif-insentif-ppnbnm>, diakses 14 Juni 2021

www.gaikindo.or.id: Penjualan Mobil Bulan April Tembus 80 Ribu Unit, Saham Emiten Otomotif Ikut Naik <https://www.gaikindo.or.id/penjualan-mobil-bulan-april-tembus-80-ribu-unit-saham-emiten-otomotif-ikut-naik/>, diakses 14 Juni 2021

www.iprice.co.id: Telusuri Persaingan Toko Online di Indonesia <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>, diakses 14 Juni 2021

### Sumber Skripsi

Chandra, Kartika (2021) *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk "Chatime" di Kelapa Gading* / Kartika Chandra / 29160360 / Pembimbing: Dergibson Siagian. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.