



DAFTAR PUSTAKA

(1) Buku Teks

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *BUSINESS RESEARCH METHODS* (Twelve). *Industrial management—Research*.

Firmansyah, Anang, M. (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang : Universitas Diponegoro

Hair, J. F., William, C. B., Barry, J., Rolph, E. (2019). *Multivariate Data Analysis, Eighth edition*. United Kingdom: Cengage

Keller, Kevin Lane., Swaminathan, V. (2020), *Strategic Brand Management building, Measuring, and Managing Brand Equity, 5th Edition*, England: Pearson.

Kotler P., Keller, K., Brady, Goodman, M., & Hansen, T (2019), *Marketing Management 4th European edition*. Pearson Education Ltd.

Kotler Kevin Lane., Alexander Chernev (2022), *Marketing Management, 16th Edition*, England: Pearson

Nugraha, Putri, J. (2021), *Teori Perilaku Konsumen*, Buku I, Pekalongan : Penerbit NEM – Anggota IKAPI

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.

Schiffman, L., Wisenblit, J. (2019) *Consumer Behavior*. Twelfth edition. New Jersey: Pearson Education.

Silalahi, Marto. (2022), *Komunikasi Pemasaran*, Penerbit: Global Eksekutif Teknologi

(2) Artikel/Jurnal

Agustin, R, Hasyim (2019), *Membangun Niat Beli Secara Online melalui Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen*, Jurnal Ekonomi : *Journal of Economic*, Vol. 10, No.2, November 2019

Arif, Moh, Erfan (2019), *The Influence of Electronic Word of Mouth (EWOM), Brand Image, and Price on re-Purchase Intention of Airplane Customers*, *Journal of Applied Management (JAM)*, Vol. 17, No. 2, Juni 2019



Cung, Frisca, Gracia., Setianingsih, R, E., & Bunfa, Liaw. (2023), Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan Shopee, Jurnal Manajemen, Vol. 12, No. 2, Mei-Oktober 2023.

Haitao, Niu. (2022), *The Role of Brand Image and Product Quality on Purchase Intention (Study Literature Review)*, Dinasti International Journal of Management Science, Vol. 4, No. 1, September 2022.

Hikmat, Ryan, Fahmi. (2022), Analisis Faktor-Faktor Niat Beli Ulang dalam Pembelian Online, Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Volume 2 No. 05, September 2022.

Suci, Nanda, Destyana., Pandjaitan, Dorothy, Rouly, H., Nabila, Nuzul, Inaz. (2022), Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Produk Kecantikan Avoskin, Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah, Vol 4, No 2, November 2022.

Tj, Winto, Hery., Wahyoedi, Soengeng., Susana, Shelvy. (2022), Peranan E-WOM dalam Memediasi Pengaruh Perceived Value dan Perspesi Harga terhadap Niat Beli Konsumen Tiktok di DKI Jakarta, Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Vol. 6, No. 2, Oktober 2022.

(3) Website

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2023, *Pengguna Internet Indonesia 215 Juta Jiwa pada 2023, Naik 1,17%*, Katadata, diakses 5 Agustus 2023, [APJII: Pengguna Internet Indonesia 215 Juta Jiwa pada 2023, Naik 1,17% - Teknologi Katadata.co.id](https://www.katadata.co.id/apjii-pengguna-internet-indonesia-215-juta-jiwa-pada-2023-naik-117%-%20teknologi)

Annu, Cindy, M (2023, 7 Februari), Jumlah Pengguna Media Sosial di Seluruh Dunia (Januari 2013– Januari 2023), *Databoks*, diakses 5 Agustus 2023, [Pertumbuhan Melambat, Jumlah Pengguna Media Sosial Global Capai 4,76 Miliar hingga Awal 2023\(katadata.co.id\)](https://www.katadata.co.id/pertumbuhan-melambat-jumlah-pengguna-media-sosial-global-capai-476-miliar-hingga-awal-2023)

Kusnandar, V.B. (2023. 11 Januari), 10 Negara dengan Pengguna Tik Tok Terbesar di Dunia, *Databoks*, diakses 5 Agustus 2023, [10 Negara Pengguna TikTok Terbesar di Dunia, Indonesia Juara Dua \(katadata.co.id\)](https://www.katadata.co.id/10-negara-pengguna-tiktok-terbesar-di-dunia-indonesia-juara-dua)

Ramadhani, F. 2022, Body Lotion Scarlett Terlaris di Shopee dan Tokopedia! Ini 10 Top Brand Body Lotion, *Compas*, diakses 10 Agustus 2023, <https://compas.co.id/article/body-lotion-scarlett/>

(4) Skripsi

Angela, Veronica (2022), Skripsi : Pengaruh Brand Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Niat Pembelian Ulang pada *Marketplace* Tokopedia di DKI Jakarta, IBII