

## Daftar Pustaka

- Arsyalan, A. G., & Ariyanti, M. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Bandung di Shopee. *eProceedings of Management*, 6(3), 5566-5582.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11366/11223>
- Chairul Akbar, M. J., & Sunarti, S. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(3), 45-51.  
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2531/2922>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15-30.  
<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Debora, Y. (2016). *Berapa besar pengaruh ulasan pembeli saat belanja online?*.  
<https://tirto.id/berapa-besar-pengaruh-ulasan-pembeli-saat-berbelanja-online-b7Gm>
- Dzulkharnain, E. (2019) Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADequity Jurnal Manajemen*, 1(2), 69-80.  
<https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/iqtisad/article/view/543>
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1-20.  
<https://www.e-journal.unair.ac.id/JMTT/article/view/5134>

- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*, Pasuruan, CV. Penerbit Qiara Media.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context A State of the Art Analysis and Future Directions*. Cham, Switzerland. Springer Nature.
- LPL Enterprise (2020). *Sejarah piyama, baju tidur yang jadi fashion item trendy*.  
<https://kudamascouture.com/blogs/fashion/sejarah-piyama-baju-tidur-yang-jadi-fashion-item-trendy>
- Market Data Forecast (2021). *Sleepwear market size, share, trends and growth analysis report*.  
<http://www.marketdataforecast.com/market-reports/sleepwear-market>
- Nurdin, I., Sugiman, S., & Sunarmi, S. (2018). Penerapan Kombinasi Metode Ridge Regression (RR) dan Metode Generalized Least Square (GLS) untuk Mengatasi Masalah Multikolinearitas dan Autokorelasi. *Jurnal Mipa*, 41(1), 58-68.
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1), 55-79.  
<https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-applied-management/article/view/870>
- Putri, A. C., (2021). *BI proyeksi transaksi ecommerce tahun ini tembus Rp. 337 T*.  
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210122114013-37-217989/bi-proyeksi-transaksi-e-commerce-tahun-ini-tembus-rp-337-t>
- Rahma, N. A., (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Sains Social dan Humaniora*. 4(2) 139-152.  
<http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JSSH/article/download/9025/364>

- Rahmawati, H. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Samarinda, Mulawarman University Press.
- Retnowulan, J (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17(2), 139-145.  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/cakrawala/article/view/2541>
- Riyanto, G. P., (2021). *Jumlah pengguna internet indonesia 2021 tembus 202 juta*.  
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Samsu, S.Ag., M.Pd.I., Ph.D (2017), *Metode penelitian : (teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development)*, Jambi, Pusat studi agama dan kemasyarakatan (PUSTAKA).
- Santia, T. (2020). *Penjualan ecommerce selama pandemi didominasi produk fesyen*.  
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4359005/riset-penjualan-e-commerce-selama-pandemi-didominasi-produk-fesyen>
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1), 881-890.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Shopee Karir (2021). *Shopee is the leading e-commerce platform in southeast asia and taiwan*.  
<https://careers.shopee.co.id/about/>

Sindunata, I., & Wahyudi, B. A. (2018). Pengaruh e-WOM (Electronic-Word-of-Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian di Agoda. com. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(1), 128-138.

<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/6409>

The Economist (2020). *Tren pencarian kata kunci di google berubah selama pandemi.*

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/08/11/tren-pencarian-kata-kunci-di-google-berubah-selama-pandemi>

