

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifianti,. “Pengaruh atribut supermarket terhadap impulse buying (Survei pada supermarket di kotaBandung)”.*Strategic: Jurnal Pendidikan ManajemenBisnis*,vol.10,No.1,1-13.  
<https://ejournal.upi.edu/index.php/strategic/article/view/1073/721>
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H,. “Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku PembelianImpulsif, “*Riset & jurnalakuntansi*,Vol.7,No.3(juli2023)  
<https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601>
- Aisyah, A. P., Nurhaepi, H. D., Khaerani, N., & Kusumadinata, A. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Tiktok Shop Terhadap Kepuasan Konsumen. *Karimah Tauhid*, 1(6), 890-902.
- Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pemasaran electronic word of mouth pada ecommerce dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 17(1), 136–143
- Astuti,Skripsi: (Pekanbaru, Universitas Islam Riau, “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau”, *Skripsi: Pekanbaru,UniversitasIslamRiau*,(2020),31.  
<https://www.ejournal.stei.ac.id/index.php/JAM/article/download/332/214>
- Apsari, V. (2020). Peran Kepercayaan sebagai Mediasi Pengaruh E-Wom Negatif Terhadap Niat Beli Pada E-Commerce Jd. Id. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(2), 332-341.
- Basri, H. (2019). Pemodelan Regresi Berganda Untuk Data Dalam Studi Kecerdasan Emosional. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 12(2), 103-116.<https://jurnal.iainbone.ac.id/index.php/didaktika/article/download/179/108>
- Berman, B., & Evans, J. R. *Retail Management: a strategic approach* (12th ed). Upper Saddle River: Pretice Hall International, Inc. (2014)
- Effendi, S., Faruqi, F., Mustika, M., & Salim, R. (2020).“Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word of Mouth dan Hedonic Shopping