

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. J. C., & Sunarti, S. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(3), 45–51.
- Buletin Apjii. (2020). Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019 – Q2 2020 di <https://blog.apjii.or.id/> (diakses pada 13 April)
- Cahyono, K. E., & Aziz, K. A. G. (2016). Pengaruh E-WOM Pada Citra Merek dan Niat Pembelian (Studi : Mitsubishi Pajero Sport). *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 1 No.(2)*, 113–129.
- C.M.K. Cheung, M.K.O. Lee, and D.R. Thadani (2009) The Impact of Positive Electronic Word-of-Mouth on Consumer Online Purchasing Decision. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*
- Diansyah, & Nurmalasari, A. I. (2017). Pengaruh Pemasaran Internet Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal of Business Studies*, 2(1), 84–98.
- Donni Juni Priansa. (2016). Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada. *Ecodemica, IV (1)*(2355–0295), 117–124.
- Febriana, M., & Yulianto, E. (2018). PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 Dan 2015/2016 Yang Membeli Dan Menggunakan Purbasari Matte Lipstick). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 1–9.
- Ferdinand, A. (2014). Pengembangan minat beli merek ekstensi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gunawan, G., & Rinawati, R. (2019). *Hubungan antara Product Review Channel YouTube GadgetIn dengan Keputusan Pembelian pada Produk Xiaomi Redmi 5 Plus Correlation between Product Review Video on the YouTube GadgetIn Channel and the Purchasing Decision on Xiaomi Redmi 5 Plus Product dengard. 409–415.*
- Maula, N. (2019). *Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up Pada Bidang Pendidikan Di Cv . Big Edu Indonesia Marketing Strategy At Start-Up Company in Education Field At Cv . Big Edu Indonesia. 85–92.*
- Mth. (2019). Menristekdikti Sebut Jumlah Startup Indonesia Pertama di ASEAN di <https://www.kominfo.go.id> (diakses 10 April)
- Harususilo, Y.E (2019). Menanti Hasil Pertumbuhan Pesat Tren "Edutech" Indonesia di <https://edukasi.kompas.com> (diakses 13 April)
- Hendryadi, H., 2017. Pengembangan skala locus of control. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3), pp.417-424
- Pratita et al. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan di Kober Bar Malang. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*. 2018, 3, (4), hal 497-593.
- Ramadhanty, R. N., & Fikriyah, K. (2020). Determinan Keputusan Pembelian Jilbab Melalui Online Shop. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 40–55.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01), 96–106.

- Sindunata, I., & Alexander Wahyudi, B. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. In *Hospitality dan Manajemen Jasa* (Vol. 6, Issue 1).
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta,.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV
- Sulthana, A. N., & Vasantha, S. (2019). Influence of electronic word of mouth eWOM on purchase intention. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 1–5.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yarrow N. & Bhardwaj R. (2020). Teknologi Pendidikan Indonesia di masa COVID-19 dan selanjutnya di <https://blogs.worldbank.org/> (diakses pada 1 juni 2021)