

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, J. V., Ajjah, J. H., Nuryati, D., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Dana di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 447-463.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 1-14.
- Analisis Penonton MPL* . (2021, Oktober 20). Retrieved from Esport Charts: <https://escharts.com/stats>
- Astuti, R., & Hasbi, M. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Situasi Covid 19 di Kota Medan. *Seminar of Social Sciences Engineering & Humaniora*, 127-135.
- Bolang, E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Lokasi dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill's Desa Warembungan. *Jurnal EMBA*, 1360-1370.
- Chan, A., Handoko, E. E., & Auliana, L. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Media Sosial Twitter di Jawa Barat dan DKI Jakarta (Studi pada Akun @Netflix.Id). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 36-46.
- Dafa, G. S., & Sari, D. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Pada 372 Kopi Dago Pakar di Bandung). *e-Proceeding of Management*, 1282-1292.
- Dewi, O. I., & Sutanto, E. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea di Surabaya. *AGORA*.

- Dewi, T. U., & Nugroho, P. N. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Institut Français Indonesia di Surabaya. *Jurnal Teknologi dan Terapan Bisnis (JTTB)*, 30-39.
- Dewi, W. W., Tamitiadini, D., & Gondokusumo, B. (2016). Pengaruh Dimensi Electronic Word of Mouth Pada Aplikasi Mobile Zomato Terhadap Minat Pembelian di Wilayah Jabodetabek Dengan Pendekatan Elaboration Likelihood Model. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer*, 280-288.
- Dirbawanto, N. D., & Sutrasmawati, E. (2016). Pengaruh Customer Experience dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty. *Management Analysis Journal*, 70-76.
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 183-192.
- Fitriana, Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame (Studi Kasus Pada Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*.
- Husna, R., & Dirgantara, I. M. (2018). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Sosial Youtube Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Sariayu. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 1-15.
- Johan, S., Juwita, R., & Megawati. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Brand Ambassador, Iklan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee Indonesia Pada Saat Pandemi (Studi Kasus di Kota Palembang). *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 2(2), 174-182.

- Laksmi, A. A., & Oktafani, F. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal. *Jurnal Computech & Bisnis*, 78-88.
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA*, 110 - 121.
- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 174-186.
- Nyoko, A. E., & Samuel, A. D. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) di Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Muca Cafe Kupang). *Seminar Nasional dan Call for Papers*, 950-965.
- Pasaribu, Y. M. (2018). Pengaruh Brand Equity dan Customer Experience Terhadap Customer Loyalty di Waroeng Steak and Shake Melati Pekanbaru. *JOM FISIP*, 1-15.
- Perkembangan E-Sport (Mobile Legends) di Indonesia*. (2021, Oktober 20). Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/gigadiva6852/60f19cd706310e458612b012/perkembangan-e-sport-mobile-legends-di-indonesia>
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 1-17.
- Putri, Y. A. (2021). Peran Influencer dan E-WOM Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 1933-1946.

- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan E-WOM Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 143-158.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*, 96-106.
- Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 16-33.
- Solihin, W. A., Tewal, B., & Wenas, R. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa Unsrat di Manado). *Jurnal EMBA*, 511 - 520.
- Tamadesha, A. (2018). Pengaruh Customer Experience dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Starbucks Bandung. *Journal of Accounting and Business Studies*, 18-27.
- Wicaksono, C. O., & Saraswati, T. G. (2021). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Jakartanotebook.Com di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*.
- Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). Electronic Word of Mouth, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5(1), 115-124.
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi. *CAKRAWALA*, 3(1), 11-21.

Wonok, P. G., & Loindong, S. (2018). Pengaruh Minat Transaksional, Refrensial, dan Prefensial Terhadap Minat Mereferensikan Produk Roxy di Quicksilver Mantos. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2108-2117.

Yulianto, M. R., & Soesanto, H. (2019). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Kepercayaan dan Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Lazada.co.id di Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 8(3), 1-9.

Yusnia, B. (2020). Costumer Experience, Diferensiasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pusat Grosir Solo. *Edunomika*, 4(1), 318-326.