

## DAFTAR PUSTAKA

- 4 cara menghubungi call center shopee.* (2021).
- A, P., & MM, C. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan. *Manajemen*, 12(1), 12.
- Adeliasari, Ivana, V., & Thio, S. (2014). Electronic Word-Of-Mouth (E-Wom) Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Dan Kafe Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 2(2), 218–230.
- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth. *Management Business*, 6(4), 1–14.
- Akbar, A., Ario, Djatmiko, & Tjahjono. (2016). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Dan E-Customer Loyalty Pada Lazada.Co.Id the Impact of E-Service Quality Towards E-Customer Satisfaction and E-Customer Loyalty in Lazada.Co.Id.* 3(1), 142–150.
- Al-Bourini, F. A., Aljawarneh, N. M., Almaaitah, M. F., Altahat, S., Alomari, Z. S., & Sokiyna, M. (2021). The role of E-Word of mouth in the relationship between online destination image, E-satisfaction, E-Trust & E-Service quality for international tourists perception. *Journal of Information Technology Management*, 13, 92–111. <https://doi.org/10.22059/jitm.2021.80756>
- Alasan Belanja Di Shopee Jauh Lebih Menguntungkan.* (2019).
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Apa sih Sebenarnya Shopee Star Seller Itu? Temukan Jawabannya!* (2021).
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Aryani, F. (2022). *Cara Komplain di Shopee Anti Ribet dan Pasti Dijawab*.
- Bayu Andika. (2016). *LOYALTY PELANGGAN LAZADA ( Studi pada Masyarakat Kota Yogyakarta ) SKRIPSI* Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Oleh : Bayu Andika.
- Che, J. W. S., Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2017). Consumer purchase decision in instagram stores: The role of consumer trust. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 2017-Janua*, 24–33. <https://doi.org/10.24251/hicss.2017.004>
- Credible.com. (2022). *Produk terlaris di Shopee*.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia.

- Data Reportal. (2022). *Internet use in Indonesia in 2022*.
- detikfinance.com. (2022). *Mengenal Bisnis Digital, Jenis, Hingga Keuntungannya*.
- Detikfinance.com. (2022). *Pedagang Pasar Minta Pemerintah Buat Toko Online Resmi*.
- Djan, I., & Rubbiah Adawiyah, S. (2020). The Effect of Convenience and Trust to Purchase Decision and Its Impact to Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Economics Research*, 9(4), 269. <https://doi.org/10.11648/j.ijber.20200904.23>
- Etta, mamang. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset.
- Fandi, T. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Febriyanti, N. F. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA (Studi .... *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata ...*, 2(2).
- Ghane, S. O. H. E. I. L. A., Fathian, M., & Gholamian, M. R. (2011). The full relationship between e-satisfaction, e-trust, e-service quality, and e-loyalty: The case of Iran e-banking. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 33(1), 1-6.
- Goel, S., & Sharma, A. (2020). Electronic Word of Mouth and Its Impact on Consumer Purchase Intentions: a Conceptual Framework. *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 17(6), 12718–12728.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 91. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>
- Handini, S. (2020). Proceeding Book of The 2 International Conference on Business and Banking Innovations ( ICOBBI ) 2020 “ Nurturing Business and Banking Sustainability ” Proceeding Book of The 2 International Conference on Business and Banking Innovations Steering Committe. *ICOBBI (International Conference on Business and Banking Innovation) “Nurturing Business and Banking Sustainability,”* 2, 145–152.
- Hartono, C., Silintowe, Y. B. R., & Huruta, A. D. (2021). The ease of transaction and e-service quality of e-commerce platform on online purchasing decision. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 13(2), 81. <https://doi.org/10.26740/bisma.v13n2.p81-93>
- Herawati, N., Hidayat, A., & Suwarsito, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(5), 522–535. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i5.157>

- Idxchannel.com. (2022). *Marketplace indonesia terlaris kuartal pertama 2022*.
- Irawan, I. A. (2018). Effect of trust, convinience, security and quality of service on online purchase decision (consumer case study in tangerang selatan area). *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 114–122. <https://doi.org/10.24912/je.v23i1.337>
- Islam, U., Sumatera, N., & Medan, U. (1866). *Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Gojek Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa / I UIN Sumatera Utara*. 399–412.
- Isparwati, R. (2022). *Keunggulan Shopee, Kelebihan, Serta Kekurangan Dari Review Pribadi*.
- JakPat. (2021). *Riset Pengguna Shopee 2021*.
- JL, A. A., & Yusa, V. De. (2019). Pengaruh Kepercayaan ( Trust ) Menggunakan E- Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Bisnis*, 05(01), 13–22.
- Juliandi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*.
- Juwaini, A. (2017). *Analisis pengaruh dimensi trust online shop terhadap keputusan pembelian di Kota Malang*.
- Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis E-Wom, Online Shopping Experience dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Tepak Manajemen Bisnis*, XI(2), 289–307.
- Kemdikbud, D. (2022). *Jumlah Siswi Aktif SMK Negeri 6 Bekasi*.
- Kominfo.go.id. (n.d.). *98 Persen Anak dan Remaja Tahu Internet*.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta : PT.Indeks.
- KUSNANTO, D., OKTAVIANY, R. A., & RAHMA, R. (2020). Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 40. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.912>
- Mahliza, F. (2020). Consumer Trust in Online Purchase Decision. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, February, 142–149. <https://doi.org/10.36713/epra4022>
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>

- Nielsen.com. (n.d.). *Urutan produk barang atau jasa yang ingin dibeli oleh konsumen Indonesia secara online*. Nielsen.Com.
- Oktari, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, E-Service Quality, Dan Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Di Lazada Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sumatera Utara Medan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(3).
- Pasa, E. G., Wulandari, J., & Adistya, D. (2020). Analisis E-Trust, E-Wom Dan E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 63–75. <https://doi.org/10.23960/jpb.v3i2.19>
- Phillip, kotler dan gary amstrong. (2012). *Priciples of Marketing Global. 14 th edition*. New Jersey: Prentice.
- Piercy, C. D. . and P. (2013). *Strategic Marketing* (10th Editi). McGraw-Hill.
- Poernamawati, D. E. (2019). Analisis Dimensi Electronic Word of Mouth (Ewom) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Kunjungan Pada Obyek Wisata Di Malang Raya. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 12(2), 127. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v12i2.50>
- Prasetyo, H. D., & Purbawati, D. (2017). Pengaruh E-Service Quality and E-Security terhadap E-Satisfaction melalui Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce(Studi Kasus pada Konsumen Lazada Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 164–173.
- Puspa Firdausya, C., & Oktini, D. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Go-Jek di Bandung). *Prosiding Manajemen*, 5(1), 757–763.
- Putri Tunggadewi, F., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh Promosi dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Penggunaan Gopay. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 406–422. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1603>
- R.Rahmadhani; P.Apriatni Endang. (2018). DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun 2018, Hal. 1-6 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/> PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN PERCEIVED RISK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN TOKOPEDIA. *Journal of Social and Politic*, 1–6.
- Ramdani, R. (2020). *Pengaruh Kualitas produk dan Kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pada produk cabang Bandung Indah Plaza*.
- Review aplikasi shopee*. (2017).
- REVIEW BELANJA: PLUS MINUS BELANJA DI SHOPEE*. (2017).
- Robin dan Judge. (2015). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Samudranesia.id. (2022). *Aplikasi shopee error*.

- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba empat.
- Saraswati, A. R., & Giantari, I. G. A. K. (2022). Brand image mediation of product quality and electronic word of mouth on purchase decision. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 9(1), 97–109. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v9n1.2012>
- 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.
- Setiawan, S., & Jaolis, F. (2018). Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, dan E-Loyalty Dalam Konteks E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–11.
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia. *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp111-119>
- Sindunata, I. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 128–138.
- Snapcart. (2021). *Jumlah Pengguna Online Marketplace di Indonesia 2021*.
- Strategi Shopee Jamin dan Jaga Data Pribadi Penggunanya Tetap Aman*. (2020).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2016). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Taufik, Listiawati, Khairusy, M., Nurjaya, Salam, R., Setiawati, Ilham, D., Wulansari, R., Sunarsi, D., & Purwanto, A. (2021). The Effect of Online Marketing and E-Service Quality on Purchase Decisions: an Emprirical Study on Online Shop. *Turkish Journal of ...*, 32(3), 2373–2382.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta:ANDI.
- Tschannen-Moran, M., & Hoy, A. W. (2012). *The differential antecedents of selfefficacy beliefs of novice and experienced teachers*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tate.2006.05.003>
- Ulinnuha. (2021). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH , ELECTRONIC SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED RISK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee pada Mahasiswa STIE Putra Bangsa Kebumen ) Ulinnuha Manajemen , Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangs*.



- Ulum, F., & Muchtar, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 68. <https://doi.org/10.33365/jtk.v12i2.156>
- Wardani, A. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Pada Forum Online. *Jom Fisip*, 4(2), 1–15.
- Wasiun. (2015). *No Title*.
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Yusuf, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *What Are Services?* (7th ed). Mc Graw Hi Education.

