

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Ahdiat. (n.d.). *Jumlah Pengunjung Situs E-Commerce Indonesia 2024*. Databoks.
- Admin. (2022). *Reputasi Perusahaan (Pengertian, Aspek, dan Indikator)*. KAJIANPUSTAKA. <https://www.kajianpustaka.com/2022/06/reputasi-perusahaan.html>
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896–906. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p896-906>
- Anendya, A. (2024). *15 Contoh Website E-Commerce yang Desainnya Menarik*. Dewaweb. <https://www.dewaweb.com/blog/contoh-website-e-commerce/>
- Annur, cindy mutia. (2024). *No Title Pengguna, ada 185 juta internet di indonesia pada januari 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/de7b25bfae5971c/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>
- Ardhini, Z. (2023). *Pengertian Skala Likert, Metode, dan Contohnya untuk Penelitian Baca artikel detikbali, “Pengertian Skala Likert, Metode, dan Contohnya untuk Penelitian” selengkapnya https://www.detik.com/bali/berita/d-6607480/pengertian-skala-likert-metode-dan-contohnya*. Detikbali. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6607480/pengertian-skala-likert-metode-dan-contohnya-untuk-penelitian>
- Arikunto, (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Cahya¹, A. D., , Fransizka Ayu Kristiani², N. S. D., & Mayrenda⁴, N. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Konveksi Ega Collection. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23,

12.file:///C:/Users/acer/Downloads/251-Article Text- 976-1-10-20210801.pdf

Dalton, John and Susan Croft. (2003). Managing Corporate Reputation: The New Currency. Thorogood.

E dita Septiari (2018). The Effect of E-WOM as Mediation of Website Quality and Trust. *Kinerja*. Volume 22, No. 2, 2018.

Elsje, V., Tulung, J. E., & Tielung, M. V. J. (2023). THE ROLES OF BRAND TRUST AND E-WOM (ELECTRONIC WORD OF MOUTH) ON SHOPEE'S CUSTOMER LOYALTY IN MANADONo Title. *EMBA*, 11.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/47408>

Fitriyasari, A. (2020). The Effect of Service Quality, Customer Trust, Brand Image and Electronic Word of Mouth On Online Purchasing Decisions on Shopee Customers in Surabaya. *ICOBBI*. <http://eprints.perbanas.ac.id/6009/>

Goldsmith, R.E. (2006). Electronic Word-of-Mouth, E-commerce, Idea Group Reference Global, Florida.

gusti pratiwi, tukimin lubis. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UD ADLI DI DESA

SUKAJADI KECAMATAN PERBAUNGAN. *Jurnal Bisnis*

Mahasiswa. [https://media.neliti.com/media/publications/453780- none-db9cad85.pdf](https://media.neliti.com/media/publications/453780-none-db9cad85.pdf)

Haekal. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Produk Fashion Followers Akun Instragram Erigostore). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 40 N0.2

Ida Kalita Mburu, D. T. P. S. (2024). ReputasiToko, Kepercayaan Konsumen dan HargaterhadapKeputusanPembelian(StudipadaOnlineShopBlshop2 diKotaWaingapu). *Jurnal Minfo Polgan*, 13. <https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/jmp/article/view/13799/2573>

- Imam Wahjono, S. (2022). Struktur Organisasi Di Shopee. *ResearchGate, June*. <https://www.researchgate.net/publication/361499128>
- Islamiati, D. R., Trihidayani, F., Azhari, M., & Badri, M. (2023). Pengaruh E-commerce Shopee Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Karimah Tauhid*, 2(4), 929–941.
- Jambi, B. P. (2022). *Menilik Potret E-Commerce di Provinsi Jambi*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi. <https://jambi.bps.go.id/id/news/2022/08/04/215/menilik-potret-e-commerce-di-provinsi-jambi.html>
- Jambi, B. P. (2023). Statistik E-Commerce Provinsi Jambi 2022. In *Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi*.
- Kietzmann, & Canhoto. (2013). Bittersweet! Understanding and Managing Electronic Word Of Mouth. *Journal of Public Affairs*, 18.
- Manoban, B. (2022). *No Title 17 pengertian manajemen pemasaran menurut para ahli*. Idn Times. <https://www.idntimes.com/business/economy/seo-intern/pengertian-manajemen-pemasaran-menurut-para-ahli>
- Mesak, E. (2023). *pengertian e-commerce: jenis, contoh dan manfaat*. Mekari. <https://mekari.com/blog/mengenal-apa-itu-ecommerce/>
- Ni Kadek Suryani, D. N. P. E. L. (2020). Pengaruh Website Quality, Trust, Dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Pada E-Commerce Pengguna Situs shopee.co.id. *TIERS Information Technology Journal*, 1. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/tiers/article/view/2804>
- Nur, D. S., & Octavia, A. (2022). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI PADA MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA JAMBI*. 11(02), 387–399.
- nur Afiah. (2018) Pengaruh Keamanan, Reputasi Dan Pengalaman Terhadap Trust Pengguna Internet Untuk Bertransaksi Secara Online. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*. Volume 1 Nomor 2 Juli 2018.

- Purbohastuti, arum wahyuni. (2021). efektifitas bauran pemasaran pada keputusan pembelian konsumen indomaret. *Sains Manajemen*, 7, 17.
- Rahma, Z., & Abror, Z. (2019). *Pengaruh Reputasi , Electronic Word of Mouth dan Web Quality Terhadap Kepercayaan Pelanggan Shopee di Kota Padang*. 01, 97–107.
- Rachbini W, Salim F, Haque MG, Rahmawati E. 2019. Analisis niat pembelian ulang *e-commerce mobile* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*.
- Ramadhani, D. A. S., & Prastiwi, A. (2019). Pengaruh Nilai Harga, Ulasan, Kemudahan, Keamanan, Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Renggowati, W. J., Prihatini, A. E., Listyorini, S., Bisnis, D. A., & Indonesia, U.D. (2023). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN* Pendahuluan. 12(3), 986–997.
- Ria, dkk. (2018) Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keterlibatan Keputusan Pembelian Dan Kepercayaan Sebagai Pemediasi pada Konsumen Shopee di Universitas Syah kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* Vol. 3
- Rizti, F. (2024). 185,3 Juta Pengguna Internet Tercatat di Indonesia pada 2024. Good Stats. <https://data.goodstats.id/statistic/1853-juta-pengguna-internet-tercatat-di-indonesia-pada-2024-JFNoa>
- Santika, E. F. (2024). *No TitleShopee, e-Commerce yang Paling Diandalkan Gen Z dan Milenial Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/887c3d33f84f194/shopee-e-commerce-yang-paling-diandalkan-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- siti nur halizah, Allyana Infante, D. D. D. (2022). Keterbentukan Kepercayaan Pelanggan Shopee Melalui Kualitas Hubungan, Reputasi Dan keamanan marketplce. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan*

Syariah (EKUITAS), 4. <http://ejurnal.seminar-id.com/index.php/ekuitas/article/view/1712>

Sударsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi.

Tasriastuti, N. A., Rudika, Harminingtyas, & Widowati, and M. (2024). THE INFLUENCE OF PRICE, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS IN

SHOPEE E- COMMERCE PLATFORM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 19. <https://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe/article/view/1045>

Thorson KS, Rodgers S. 2006. Hubungan antara blog sebagai eWOM dan interaktivitas yang dirasakan, dan interaksi parasosial. *J Interact Advert*

Walsh, Mitchell V.W., Jackson, P.R. dan Betty, S.E. 2008. Examining the Antecedent and Consequences of Corporate Reputation: A Customer Perspective. *British Journal of Management*, 20:pp:187-203.

yadi Suryadiningrat, Tantri Yanuar Rahmat, R. A. (2022). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN E-WOM TERHADAP KEPERCAYAAN DAN MINAT BELI BELANJA ONLINE. *Urnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 8. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jabm/article/view/41418>