

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, F., Sunyoto, & Ardiansari, A. (2018). Pengaruh perdagangan online terhadap perilaku masyarakat kota semarang. *Riptek*, 12(2), 107–118.
- Aisyah, D., & Engriani, Y. (2019). Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, dan e-WOM terhadap Minat Beli pada Situs Jual Beli Online Tokopedia yang Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(4). <https://doi.org/10.24036/jkmw0278990>
- Amartya, A., & Bestari, D. K. P. (2022). Pengaruh Electronic Service Quality dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Penggunaan Aplikasi dan Keputusan Pembelian Sociolla (Studi pada Pengguna Sociolla di Kota Bandung). *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3305–3312. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.854>
- Angela, S. (2021). Analisis pengaruh gaya hidup, online customer review dan ewom terhadap keputusan penggunaan aplikasi ovo. Sekolah tinggi ilmu ekonomi jakarta.
- Ayu Safika Dewi, Titik Inayati, and Mohamad Johan Efendi, “Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia”, TMIT, vol. 1, no. 3, pp. 202–209, Sep. 2022.
- Azwar, S. (2016). Signifikan atau Sangat Signifikan. *Buletin Psikologi*, 13(1), 38-44.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ilyassin, C. (2016). Pengaruh Word of Mouth, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Rekening Ponsel Cimb Niaga Di Surabaya. *Accounting Analysis Journal*, 1–15.
- Iriani, F., & Indriyani, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar*.
- 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 Pasca Sarjana Universitas Riau*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lavenia, B. C. (2018). *Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) dan Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Gojek di Kota Kediri)*.

- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: RizQita Printing.
- Pujianto, S. (2018). *Pengaruh Responsiveness, Ease of Use, Reliability, Convenience, Fulfillment dan Security and Privacy Terhadap Customer Satisfaction Mandiri Mobile Jurnal Bisnis dan Akuntansi*.
- Putri, M. H., & Wahyuddin, H. M. (2021). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Shopee Di Kota Surakarta. In *Skripsi*.
- Putri, S. R., & Amalia, R. (2018). Pengaruh E-Wom Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Situs Online Shopee. *Id. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 75–84.
- Putri, V. N. A. R., & Pradhanawati, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(4), 1398–1407.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2021.32456>
- Ricky, R. D. M., Kawung, E. J. R., & Goni, S. Y. V. I. (2021). Dampak Aplikasi Belanja Online (Online Shop) di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kelurahan Girian Weru Ii Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/36087/33605>
- Romadhon, A. N., Widiartanto, & Dewi, R. S. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Destination Image Terhadap Decision To Visit (Studi Pada Pengunjung Owabong Water Park Purbalingga). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 994–1004. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30149>
- Situmorang, e., wijayanto, a., & saryadi. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online melalui aplikasi mobile.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Widyanto, M. B., Listyorini, S., & Pinem, R. J. (2021). *Pengaruh Kemudahan Transaksi, Electronic World of Mouth (eWOM), dan eTrust terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Lazada di Semarang*.
- Wikantiyoso, D., & Prabawani, B. (2021). *Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik ovo (Studi pada Masyarakat di Kota Semarang)* (Vol. 6,

Issue 1).

[Http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110](http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110)[Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001](https://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001)[Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044](https://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044)[Ahttps://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?Token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8](https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?Token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8)

Winarti, T., & Artanti, Y. (2022). Keputusan Penggunaan Aplikasi Food Delivery Pada Pandemi Covid 19 : Pengaruh Consumer Review, Ease For Transaction, dan Celebrity Influencer. In *Sibatik Journal* (Vol. 1, Issue 8, pp. 1387–1400).

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. *CAKRAWALA – Repositori IMWI*, 3(1).

Yoo, C. W., Sanders, G. L., & Moon, J. (2013). Exploring the effect of e-WOM participation on e-Loyalty in e-commerce. *Decision Support Systems*, 55(3), 669–678. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2013.02.001>

INTERNET:

Careers.shopee.co.id. Diakses 16 Juni 2023, dari [shopee.co.id](https://careers.shopee.co.id).

Ginee.com. Sejarah Shopee di Indonesia: *Marketplace* Sukses di Tanah Air. Diakses

17 Juni 2022, dari <https://ginee.com/id/insights/sejarah-shopee-indonesia/>

Iprice.co.id. *The Map of E-Commerce in Indonesia*. Diakses 18 Mei 2022, dari <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

Jakartaglobe.id. Tokopedia Wins Best E-Commerce Award 2021. Diakses 23 Mei 2022, dari [Tokopedia Wins Best E-Commerce Award 2021 \(jakartaglobe.id\)](https://www.jakartaglobe.id/tokopedia-wins-best-e-commerce-award-2021)

Katadata.co.id. Peta Persaingan E-Commerce di Indonesia. Di akses 18 Mei 2022, dari [Peta Persaingan E-Commerce di Indonesia - Infografik Katadata.co.id](https://www.katadata.co.id/peta-persaingan-e-commerce-di-indonesia)

Kominfo.go.id. Laporan Hasil Survey Pelayanan Publik. Di akses 18 Mei 2022, dari

[Kementerian Komunikasi dan Informatika \(kominfo.go.id\)](https://www.kominfo.go.id/laporan-hasil-survey-pelayanan-publik)

TeknologiBisnis.com. Survei Konsumen Indonesia Loyal ke E-Commerce Karya Anak Bangsa. Diakses 18 Mei 2022, dari [Survei: Konsumen Indonesia Loyal ke E-Commerce Karya Anak Bangsa - Teknologi Bisnis.com](https://www.teknologibisnis.com/survei-konsumen-indonesia-loyal-ke-e-commerce-karya-anak-bangsa)

TrenAsia.com. Performa *e-Commerce*: Shopee, Si Paling Laris Tahun ini. Diakses
12

Juni 2022, dari <https://www.trenasia.com/performa-e-commerce-shopee-si-paling-laris-tahun-ini>

Twitter.com. @ShopeeCare. Diakses pada 20 Mei 2022, dari twitter.com

Instagram.com. @Shopeecare_id. Diakses pada 20 Mei 2022, dari instagram.com