

DAFTAR PUSTAKA

- Berliana Hun, K., Aminah Eka Putri Legimin, F., Rangga Dhae, Y., Sia Niha, S., Engelbertus G. Ch. Watu, & Goetha, S. (2023). Kajian hubungan antara kualitas pelayanan *e-commerce*, kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian. *Journal Of Social Science Research*, 3, 3832–3841. <https://jinnovative.org/index.php/Innovative/article/view/3687>
- Bulan, T. P. L., & Chandra, R. (2021). *The Effect of EWOM, Digital Marketing, Customer Satisfaction on Customer Loyalty* (Shopee Customer Survey in Pangkalan Brandan). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 36. <https://doi.org/10.29406/jmm.v17i1.3064>
- Cahyaran, B., & Tri Astuti, S. R. (2022). Analisis Pengaruh *E-Customer Relationship Management* (E-Crm) Dan *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* Dengan Ewom Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Mapclub Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/36518>
- Dahe, Z., & Rehatta, G. (2024). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi *E Commerce* Shopee. *Jurnal Jendela Pengetahuan*, 17(1), 11–21. <https://doi.org/10.30598/jp17iss1pp11-21>
- Damayanti, D., & Putro, S. D. (2022). Pengaruh *Electronic Service Quality* (E-Servqual) Dan *Electronic Word of Mouth* (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Shopee. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 187–198. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i1.432>
- Gusnaini, S., Husda, N. E., & Batam, P. (2022). Pengaruh *Customer Review*, *Customer Rating* Dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. <https://iprice.co.id>
- Gusrah Arsyalan, A., & Ariyanti, D. M. (2019). *the Impact of Electronic Word of Mouth on Shopee'S Purchasing Decision* in Bandung. *E-Proceeding of Management*, 6(1), 5566–5583. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11366/11223>
- Jamil, A., Surkamta, M., Santosa, E., & Author, C. (2023). *The Effect Perception Risk, Corporate Image And Word Of Mouth On Consumer trust And Their Impact On Loyalty Using E-commerce* Shopee (Study on User *E-commerce* Shopee In The City Of Semarang) Pengaruh Persepsi Risiko, Citra Perusahaan Dan *Word Of Mouth* Terh. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 944–953. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Muh. Arif. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Menggunakan *E-commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Mahasiswa Lamaddukelleng). *JEMA Adpertisi*, 1(2), 59–77. <https://jurnal.adpertisi.or.id/index.php/JEMA/article/view/30/17>
- Muhiban, A., & Putri, E. K. (2022). Pengaruh Tampilan Produk dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Shopee (Studi Kasus Pelanggan Shopee di PT. Gucci Ratu Textile Kota Cimahi). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 249–266.

<https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.633>

- Noviani, S. R., & Siswanto, T. (2022). Pengaruh *Online Consumer Review, Rating*, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Milenial *Marketplace* Shopee Di Jakarta Selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen Bisnis*, 1(1), 17–28 <https://ojs.itb-ad.ac.id/index.php/JIMB/article/view/1698/374>
- Pangastuti, N. R., Kadi, D. C. A., & Sari, S. L. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk merek emina pada *e-commerce* Shopee. *CITACONOMIA : Economic and Business Studies*, 1(1), 75–92. <https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/indexdex>
- Perangin-angin, M. S. B., & Othman, L. (2024). *Purchasing Decisions At E- Commerce Shopee (Study On Riau University Students Who Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada E- Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Riau Pengguna*. 5(2), 5596– 5611 <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.5055>
- Prayoga, M. P., Komariah, S., & Discount, P. (2024). *Pengaruh Electronic-Word Of Mouth (Ewom) Dan Price Disscount Pembelian*. 7, 5582–5589 <https://doi.org/10.14710/jiab.2024.41403>
- Putri, F. A. P., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh *E-Service Quality* Dan Ewom Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 449–460. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.329>
- Veryani, F., & Andarini, S. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(2), 2022. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/47637>
- Wakhidah, E. N. (2018). Pengaruh Harga , Promotion Dan *Customer Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara *Online* Pada Situs Traveloka.com. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 11(2), 48–57. <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/view/11/10>
- Wibisono, M. R., & Arifiansyah, R. (2024). Pengaruh Ewom, Citra Destinasi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 67–78. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76082>
- Widaningsih, U., & Amalia, S. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Pelanggan Melalui *E-Commerce* Shopee Di Kota Bandung. *Applied Business and Administration Journal*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.62201/abaj.v1i1.6>
- Fitri Yanti, R., Wahyudi, H., & Amrullah, A. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan *Marketplace* Blibli di Kota Padang. *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 376–386. <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/Semnab/article/view/1516>
- Mambu, T. R., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2021). Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi *E-commerce* Shopee di Kota Tondano. *Productivity*, 2(1), 79–84. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/32942>
- Ayu Anggraini, Havis Aravik, & Meriyati, M. (2023). Pengaruh Promo *Flash Sale* 3.3 4.4 Pada Aplikasi Shopee Terhadap Minat Pembelian Mahasiswa Aktif Prodi Perbankan Syariah

STEBIS IGM Palembang. Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN), 1(3), 655–666. <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v1i3.236>

Pratiwi, W. J. . (2023). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Information Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee (Studi Pada Pelanggan Shopee Di Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 12(01), 103–114. <https://doi.org/10.22437/jmk.v12i01.16925>

