

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif. In N. Saputra (Ed.), Yayasan Penerbit Muhammad Zaini (Vol. 3, Issue 2). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.*
- Aditya, K. Y., & Wardana, I. M. (2017). *Peran Brand Equity Dalam Memediasi Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Niat Beli* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Antoni, F., Darmawanto, D., Burhanuddin, B., Nasir, M., & Sihombing, T. F. S. (2023). *PENGARUH IKLAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELANJA ONLINE DI APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWA IAKSS MUARA BUNGO. Jurnal Administrasi Sosial dan Humaniora, 7(2), 152-165.*
- Auliya, Z. F., Umam, M. R. K., & Prastiwi, S. K. (2017). *Online costumer reviews (OTRs) dan rating: Kekuatan baru pada pemasaran online di Indonesia. Ebbank, 8(1), 89-98.*
- Babbie, E. R. (2020). *The practice of social research.* Cengage Au.
- Babin, B. J., Lee, Y. K., Kim, E. J., & Griffin, M. (2005). Modeling consumer satisfaction and word-of-mouth: restaurant patronage in Korea. *Journal of Services Marketing, 19(3), 133-139.*
- Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. *Journal of marketing research, 43(3), 345-354.*
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches.* Sage publications.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method. *Indianapolis, Indiana.*
- Field, A. (2024). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics.* Sage publications limited.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25.* Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardianti, S. (2019). Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap minat Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee Padamahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitasmuhammadiyah Sumatera Utara. *Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis pengaruh online customer review, online customer rating, dan star seller terhadap kepercayaan

- pelanggan hingga keputusan pembelian pada toko online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), A234-A239.
- Komariyah, D. I. (2022). Pengaruh Online Customer Riview dan Rating Terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Seblak Jombang). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 4(2), 343-358.
- Kothari, C. R. (2004). *Research methodology: Methods and techniques*. New Age International..
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Mangement*. In Pearson Edition Limited.
- Kumar, A., & Mirchandani, D. (2019). Influence of *Word of Mouth on Consumer Purchase Decisions: A Study of E-commerce Platforms*. . . *International Journal of Marketing Studies*, 11(3), 45–56.
- Kumar, R. (2019). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners* (5th ed.). Sage Publications.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce 2019: Business, technology, society*. Pearson.
- MARIYATI, S. P. *Pengaruh Word of Mouth Dan Iklan Terhadap Minat Pembelian Produk Melalui Aplikasi Shopee DI Kota Jember* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember).
- Megawati, N. S. N. (2018). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop* (Studi Kasus : Pelanggan Online Shop Lazada Pada Mahasiswa FEB Unila). *UNIVERSITAS LAMPUNG*.
- Mettasari, D. (2019). *Pengaruh Iklan, Word of Mouth dan Price Conciousness Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online di Shopee*. 8(5), 55.
- Muhiban, A., & Permatasari, Y. (2021). Pengaruh Iklan di Instagram Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Online Melalui Aplikasi Shopee: Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nasional Pasim. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(2), 804-812.
- Norfai, N. (2021). *Manajemen Data Menggunakan SPSS*.
- Nurhayati, H. (2023). *E-commerce in Indonesia-statistics & Facts*.
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and policy in mental health and mental health services research*, 42, 533-544.

- Purnomo, Rochmat Aldy. (2017). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Putri, F. A. B. (2023). *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Brand Image, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Jam Tangan (Studi Kasus pada Produk Woodka)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B. N., Maharani, B. D., & Tamansiswa, U. S. (2022). Pengaruh online customer review, word of mouth, and price consciousness terhadap minat beli di Shopee. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(3), 435-448.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. 2010. Consumer behavior. 10thEd. New jersey : Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2016. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Seventh Edition. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Sernovitz, A. (2009). Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking 3th ed. Austin: Kaplan Publishing.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh kepercayaan pelanggan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada online shop mikaylaku dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38-51.
- Sugiyono, D. (2018). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D. Alfabeta, Bandung.
- Trochim, W., & Donnelly, J. P. (2007). The research methods knowledge base 3rd Ed: Mason. OH: Thompson Publishing Group.
- Wijaya, A., et al. (2021). *The Role of Word of Mouth and Product Rating in E-commerce: A Study on Shopee*. *Jurnal Pemasaran*, 15(2), 123–135.
- Zhao, Y., Wang, L., Tang, H., & Zhang, Y. (2020). Electronic word-of-mouth and consumer purchase intentions in social e-commerce. *Electronic Commerce Research and Applications*, 41, 100980. Zhang, Y., et al. (2020). *The Impact of Product Ratings on Consumer Purchase Intentions in E-commerce*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102–110.