

KEPUSTAKAAN

- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1).
- Adnan, 2018. *Marketing Mix Di Era Digital*, Lhokseumawe : Penerbit Seva Bumi Persada.
- Al Farisi, S., Saroh, S., & Hardati, R. N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Lazada Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Marketplace Lazada). *Jiagabi (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 9(2), 2777-385.
- Amstrong, G., & Philips. (2018). *Principles of Marketing*. London: Pearson
- Ermawati, Anita. "Pengaruh brand image dan brand trust terhadap purchase decision produk united." *Agora* 6.2 (2018).
- Edyansyah, T. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunkan Produk Im3 Dikalangan Masyarakat Kota Lhokseumawe.
- Hermawan, Dedi Joko. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online." *Jurnal Ilmiah Ecobuss* 9.2 (2021): 100-110.
- Ilhamalimy, Ridho Rafqi. "Determinasi Minat Beli Online Shopee." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2.1 (2020): 70-80.
- Kusuma, Haning, and M. Trihudyatmanto. "Anteseden Minat Beli Online di Marketplace Sociolla." *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* 3.1 (2021): 1-11.
- Kuswibowo, Christian, and Aji Kresno Murti. "Analisis Pengaruh Brand Image, Promotion, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Online Shop." *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik* 5.1 (2021): 53-61.
- Laksmi, A. A., & Oktafani, F. (2016). Pengaruh electronic word of mouth (ewom) terhadap minat beli followers Instagram pada warunk upnormal. *Jurnal Computech & Bisnis (e-Journal)*, 10(2), 78-88.
- Mediakonsumen.com, 04-02-2023, surat pembaca lazada Indonesia memotong saldo penjual dengan dalih selisih ongkos kirim.
- Muninggar, Danit Anggi, and Aulia Rahmadini. "Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung)." *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)* 3.1 (2022).
- Mustafa, Mutiara Eka. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom), Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Dan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna*

- Shopee di Kabupaten Kebumen*). Diss. Universitas Putra Bangsa, 2021.
- Permatasari, Melia Dwi, Murry Harmawan Saputra, and Fitri Rahmawati. "Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*, *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Ulang Di Marketplace (Studi Pada Pengguna *Marketplace* Shopee Di Kota Purworejo)." *Volatilitas* 4.5 (2022).
- Prathama, F. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Agora*, 7(1).
- Purwanto Sugeng dan Firmansyah Dwi Reza. Pengaruh *Brand Image*, *eWOM* terhadap Minat Beli Jasa Wedding Organizer Mahar Agung Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Sains* Volume 7(2), oktober 2022.
- Puspitasari, I., & Briliana, V. (2018). Pengaruh Perceived Ease-Of-Use, Perceived Usefulness, Trust Dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Website Zalora Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(2), 171-182.
- Putri, Solehatin Ika, et al. "Faktor Penentu Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace." *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis* (2022): 29-40.
- Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. *Ekonomi Bisnis. Ekonomi bisnis* .
- Rahayu, Sri, Budi Utomo, and Nanik Kustiningsih. "The Impact Of Electronic Word Of Mouth (Ewom), Ease Of Use, Trust, And Brand Images To Purchase Intention On Tokopedia: Evidence From Indonesia." *International Journal of Engineering Technologies and Management Research* 9.5 (2022): 77-89..
- Ranti, Margie Sabina, and Ari Setyaningrum. "Faktor-faktor penentu minat beli produk di e-commerce." *Jurnal Manajemen Maranatha* 22.1 (2022): 1-16.
- Remiasa Marcus, Sugianto Monica, dan Pentury Valentino Lourino. Pengaruh e-WOM terhadap *Brand Image* dan *Purchase Intention* pada Hotel Bintang Tiga di Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan* Vol.5, No. 1.Maret 2019.
- Rusydi, 2018, *Manajemen Pemasaran*, Alfa Beta, Bandung.
- Ryan, D dan calvin jones. *Digital Marketing, Marketing Strategis For Engaging Digital Generation*. Kogan Pale Limited: London
- Saputra, Suyono. "PENGARUH E-WOM, CITRA MEREK, HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELANJA KONSUMEN E-COMMERCE." *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 10.1 (2022): 133-140.

- Sari, Ni Kadek Aprilia Yurika, and Ni Made Rastini. "PENGARUH E-WOM, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP NIAT BELI KEMBALI: STUDI PADA PELANGGAN SITUS SHOPEE." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 11.4 (2022).
- Satriawan, Lussy Putri, and Asron Saputra. "BRAND IMAGE, KREATIVITAS IKLAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI KAUM MILENIAL PENGGUNA SHOPEE DI KOTA BATAM." *Dynamic Management Journal* 7.1 (2023): 144-158.
- Semuel, Hatane, and Adi Suryanata Lianto. "Analisis ewom, brand image, brand trust dan minat beli produk smartphone di Surabaya." *Jurnal manajemen pemasaran* 8.2 (2014): 7-54.
- Sianipar, Rotua. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Fashion Melalui Aplikasi Shopee Di Kota Medan." (2021).
- Saripudin, S., & Faihaputri, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Di E-Commerce Jd. Id). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02).
- Wijaya, Valensia Alvionita, and Roswita Oktavianti. "Pengaruh brand image e-commerce terhadap minat beli konsumen (survei pada pelanggan tokopedia)." *Prologia* 2.2 (2018): 531-537
- Arimbi, Isti Fauzia, and Heryenzus Heryenzus. "Pengaruh citra merek, harga, dan kepercayaan terhadap minat beli konsumen pada layanan online traveloka." *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 1.2 (2019).
- Steven, Jacob, and Abdul Haeba Ramli. "E-Service Quality, E-Wallet Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 11.2 (2023): 267-278.
- Wonua, Almansyah Rundu, Ismanto Ismanto, and Santi Santi. "Pengaruh Citra Merek dan Trust terhadap Minat Beli di Marketplace Shopee (Studi pada Masyarakat Pesisir Suku Bajo di Kabupaten Bombana)." *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset* 1.6 (2023): 146-161.
- rahman, m. a. (2020). brand image, ewom, trust and online purchase intention of digital products among malaysia consumers. *journal of xi'an university of arcitecture & technology*.
- Al-Ja'afreh, A. L.-A. (2020). The Impact of electronic eord of mouth on consumers purchasing intention. *of Theoretical and Applied Information Technology*.

Nicko Andre Prastyo, A. S. (2018). Pengaruh e-wom (electronic word of mouth) dan harga terhadap minat beli pada online shop. *fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember*.

Kasman Pandiangan, M. Y. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi brand equity brand: trust, brand image, perceived quality, & brand loyalty. *jurnal ilmu manajemen terapan*.

Lin, C. W.-S.-C. (2013). Electronic word of mouth : the moderating roles of product involvement and brand image. *technology innovation and industrial managemen* , 29-47.

Muh, A. M. (2019). Kepercayaan, kemudahan penggunaan dan electronic word of mouth terhadap minat beli online. *jurnal manajemen kewirausahaan*.

Pera Wibowo Putro, B. N. (2023). Strategi electronic word of mouth (E-wom) sebagai inovasi dalam digitalisasi pemasaran entrepreneur syariah. *jurnal ekonomi, akuntansi dan manajemen*.