

DAFTAR PUSTAKA

- Wiranda Zebi. 2021. *Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Pembelian Ulang Pada Pelanggan E-commerce Shopee di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru*. Skripsi Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Fhonna, A dan Sorayati, U. 2020. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keterlambatan Keputusan Pembelian dan Kepercayaan Sebagai Pemediiasi Pada Konsumen Shopee di Universitas Syiah Kuala*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen. 3 (3). 20-32.
- Tubagus Rizky Gustianu HS. 2017. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian j.co Donuts and Coffe di bip (Bandung Indah Plaza)*. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
- Pranata Andre Yohanes. 2021. *Pengaruh Web Quality dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi*. Tesis pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
- Yulianto Rizal, M dan Harry Soesanto. 2019. *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Kepercayaan dan Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Lazada.co.id di Semarang)*. Jurnal Manajemen Diponegoro. 8 (3). 1-9.
- Zalni Rahma Zuyyina. 2019. *Pengaruh Reputasi, Electronic Word of Mouth dan Web Quality Terhadap Kepercayaan Pelanggan Shopee di Kota Padang*. Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha. 1 (2).
- Nur Desy S dan Octavia Ade. 2022. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Mediasi Pada Marketplace Shopee di Kota Jambi*. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Manajemen Keuangan). 11 (2).
- Ramialis Fitrah Annisa dan Eri Besra. 2021. *Pengaruh Website Quality dan Website Brand Terhadap Minat Beli Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Konsumen Shopee Kota Padang)*. Jurnal Riset Bisnis. 4 (2). 209-221.
- Ulfa Rosiana. 2021. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) dan Keputusan Pembelian Tiket Pesawat pada Situs Traveloka*. Jurnal Manajemen Dirgantara. 14 (1). 86-94.

Suryani Rezita Ade. 2019. *Analisis Kualitas Website dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Menggunakan Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa FEBI Semester VI IAIN Bengkulu*. Skripsi pada Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Dalam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Hidayah Ayuning Asmi dan Suliyanti. 2019. *Kualitas Website, Merek Website, Reputasi, Rasa Percaya, dan Risiko Yang Dirasakan Yang Mempengaruhi Niat Beli Produk Fashion Online Shop*. Jurnal Ekonomi Manajemen. 5 (1). 1-8.

Widiyaswari Enteria Windha. 2015. *Pengaruh Perceived User Web Vendor Reputation dan Perceived Website Quality Terhadap Kepercayaan Konsumen pada Media Sosial Instagram*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

Ruhamak Dian, M dan Afif Nur Ruhamak. 2022. *Pengaruh E-WOM, Reputasi dan Webqual Terhadap Keputusan Konsumen pada Pengguna Lembaga Kursus Bahasa Inggris*. Warmadewa Economic Development Journal. 5 (2). 54-66.

Deborah Wiendy. 2019. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Berbelanja, Reputasi Website, dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli Online Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi*. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan. 3 (1). 102-108.

Rahayu Budi T.P. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar.

Maulana Ahmad Rizky. 2020. *Pengaruh Kualitas Website, Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang dan Trust Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung.

Setiawan Agung Budi. 2014. *Pengaruh EWOM dan Perceived Risk Terhadap Brand Trust pada Forum Jual Beli Kaskus*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

Rifki Muhammad. 2021. *Pengaruh E-Service Quality dan E-WOM Terhadap Customer Trust dan Dampaknya Terhadap Repurchase Intention pada Pengguna Oyorooms*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.