

## DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, D. A., Setiobudi, A., Teofilus, & Sandy, N. (2023). Analisis Kepercayaan dan Persepsi Risiko Produk terhadap Keputusan Pembelian Online di E-Commerce. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika (JBMI)*, 19(3), 160–175. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i3.1991>

Are, A. K. P., & Setyorini, R. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Beli Produk di Shopee Indonesia. *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 216–230.

Brian Alvin dan Indrawan. (2023). *PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION, E- SERVICE QUALITY, DAN TRUST TERHADAP E-WOM TOKOPEDIA DI INDONESIA* (Vol. 22).

Databooks. (2023). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023. Retrieved from

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>

Delvianti, S. E. B. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FURNITURE STUDI KASUS PADA CV. ALZAID FURNITURE KABUPATEN PESISIR SELATAN, 4(1), 39–52.

Hidayat, R. (2017). Pengaruh faktor-faktor E- service quality terhadap satisfaction (Survei pada mahasiswa Universitas Andalas Kota Padang). Retrieved from [http://katalog.pustaka.unand.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=125476&keywords=](http://katalog.pustaka.unand.ac.id/index.php?p=show_detail&id=125476&keywords=)

Imam Ghozali. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 25*. (TEJOKUSUMO, Ed.) (2018th ed., Vol. 9). SEMARANG: BADAN PENERBIT UNIVERSITAS DIPONEGORO.

Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta- Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226. <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>

Kotler, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New York.

Krishnapillai, G., & See Ying, K. (2017). The influence of Electronic-Word-of- Mouth on ravel intention among foreign students in Malaysia: Does gender really matter? *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 475–483. Retrieved from <http://www.econjournals.com>

Nur, D. S., & Octavia, A. (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*, 11(2), 387–399. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i2.17960>

Parnataria, T. P., & Abror, A. (2019). Pengaruh Customer Satisfaction dan Trust Terhadap e-WOM: Commitment Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang). *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(3). <https://doi.org/10.24036/jkmw0278790>

Putri, S. R., Amalia, R., Manajemen, M. P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Syiah Kuala, U.Kunci, K. (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.

Quelyu, V. C. De, & Santoso, S. (2021). Peranan Customer Satisfaction dan Customer Commitment terhadap e-WOM dalam Pengguna Aplikasi Gopay di Yogyakarta. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v6i1.14533>

Rifa'i, K. (2020). *Kepuasan Konsumen. Pengaruh Pengalaman, Pengetahuan Dan Keterampilan Auditor Terhadap Kualitas Audit*. Retrieved from [http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB%20II.pdf)

Siswati, E., Iradawaty, sofiah N., & Imamah, N. (2024). *Costumer Relationship Management Dan Implementasinya Pada Perusahaan Kecil*. Cv.Eureka Media Aksara.

Sugiyono. (2020). Pdf-Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-Rampampd- Sugiyono-2020\_Compress.Pdf.

Wisdayanti, R., & Wulansari, N. (2024). Pengaruh Emotional Experience dan Customer Satisfaction terhadap e-WOM di Kyriad Hotel Bumiminang. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(3), 1–7. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i3.68469>