

DAFTAR PUSTAKA

- Abir, T., Rahman, A., Yazdani, D. M. N.-A., Khan, R. H., Supty, S. S. A., & Hamid, A. B. A., 2020. Electronic Word of Mouth (e- WOM) and consumers purchase decisions : Evidences from Bangladesh, *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, Vol. XII, No.IV :367–382.
- Al-Azzam, A. F., & Al-Mizeed, K., 2021. The Effect of Digital Marketing on Purchasing Decisions : A Case Study in Jordan, *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. Vol.8, No.5 : 455–463.
- Angel, V., Natadirja, M., & Bernarto, I., 2021. Effect of eWOM, Ease of Use, Trust on Purchase Decision: Case Study on Blibli.com, *Jurnal Manajemen*, Vol. 12, No.3 :446-460.
- Arfah, Y., 2022. *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution, ed.). PT. Inovasi Pratama, Sumatra Utara.
- Arif., M., 2021. Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *SiNTESa Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, Vol.1, No.1: 111–122.
- Atsila, R. E., Saroh, S., Krisdianto, D., & Bisnis, J. A., 2020. Pengaruh Electronic Word of Mouth, Online Consumer Review, Dan Integrated Marketing Communication di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ghealshy Shoes), *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, Vol.9, No.1: 35–42.
- Azhar, M., Sutiono, H. T., & Wisnalmawati., 2021. the Effect of Digital Marketing and Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions and Customer Satisfaction, *Seminar Nasional*.289–305.
- Badir, M., & Andjarwati, A. L., 2020. The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users), *Manajemen Ide Dan Inspirasi*, Vol.7, No.1:39-52.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R., 2022. Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace : Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran), *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Vol.3, No.1:211-224.
- Chakti, G., 2019. *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Celebes Media Perkasa, Makassar.

- Ciputra, W., & Prasetya, W., 2020. Analisis Pengaruh E-Service Quality, Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction, Trust, dan Customer Behavioral Intention, *Journal of Communication Management*, Vol.1, No.2:109-128.
- Connolly, B.. 2020. *Digital Trust Social Media Strategies to Increase Trust and Engage Customers*. Bloomsbury Publishing, London.
- Djohan, A. J., 2016. *Manajemen dan Strategi Pembelian*. MNC publishing, Malang.
- Ferdinand, A., 2014. *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Undip Press, Semarang.
- Garg, S. P., Arushi, & Prasad, S., 2019. Purchase decision of generation Y in an online environment. *Journal Marketing Intelligence & Planning*. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2018-0070>
- Ghozali, I., 2016. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yoga Pratama, Semarang.
- _____, 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E., 2014. *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education, Upper Saddle River.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H., 2020. *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu, Yogyakarta.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Rayendra, A., & Nusantara, A. M., 2019. Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk Umkm Asti Gauri Di Kecamatan Bantarsari Cilacap, *Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan*, Vol.4, No.1: 50–61.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I., 2020. Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto, *Jurnal Manajemen*, Vol.6, No. 1: 31– 42.
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S., 2022. Pengaruh Digital Marketing , Electronic Word of Mouth , dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia, *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*.Vol.1, No.3: 202–209.

- Index, T. B. 2022. *Top Brand Index Kategori Lengkap Top Brand Award*.
https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2022&type=brand&tbi_find=bibli. diakses pada Desember 2022
- Iprice.insights, 2022. *Daftar 50 Website & Aplikasi E-Commerce di Indonesia*.
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>. diakses April 2023
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y., Emma slade, & Williams, M., 2017. *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context*. springer international publishing, Switzerland.
- Ismagilova, E., Np, R., & Slade, E., 2020. A meta-analysis of the factors affecting eWOM providing behaviour, *European Journal of Marketing*, Vol.55, No.4:1–17.
- Jusuf, D. I., 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online* (ed.1). Andi Offset, Yogyakarta.
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E., 2021. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.10, No.1: 39–50.
- Kotler, P., & Keller, K. L., 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc. New Jersey.
- Kuncoro, A., & Sudarman, 2018. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R., 2020. Effect of Easiness , Service Quality , Price , Trust of Quality of Information , and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase, *Jurnal Informatika*, Vol.5, No.2: 100–110.
- Meithiana Indrasar, 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. unitomo press, Surabaya.
- Millennium, A. S., Suardana, I. W., & Negara, I. M. K., 2021. Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Startup Bike. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)* Vol.9, No.1: 173–177.
- Mustika, E. I., & Arifin, A. L., 2021. The Influence Of Trust And Information Quality On Online Purchase Decision In The Shopee (A Case Study On Pt Sri Bogor ' S Employee). *International Journal of Social Science*, Vol.1, No.2: 37–42.

- Natasya, A. E., & Jauhari, A., 2022. Pengaruh Digital Marketing dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Larissa Aesthetic Center. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, Vol.1, No.4: 176–189.
- Putri, A., & Batu, Reminta lumban, 2022. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Web Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol.10, No.2: 222–231.
- Putri, P. M., & Marlen, R. A., 2022. *Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online*, Vol.5, No.1: 25–36.
- Rachmadi, T., 2020. *The Power Of Digital Marketing.Tiga Ebook*.
- Razak, M., 2016. *perilaku konsumen*. Alauddin University Press, Makassar.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Aditya Halim Perdana Kusuma, M. M., Sudarso, A., Simarmata, J., Hasdiana, D., Tasnim, T., & Arif, N. F., 2020. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis, Jakarta.
- Saftriana, V., Yanuar, D., & Rahmani, S., 2023. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Loka Pasar Shopee Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK*, Vol.8, No.1.
- Santi, 2023. *Blibli Salah Proses Laporan Customer, Seller Wallet Ter-suspend - Media Konsumen*. <https://mediakonsumen.com/2023/03/06/surat-pembaca/blibli-salah-proses-laporan-customer-seller-wallet-saya-ter-suspend>. diakses Maret 2023.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S., 2020. Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, Vol.9 No.7: 2596–2620.
- Sari, V. E., 2019. Pengaruh E-Wom , Lifestyle , Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online booking pada situs traveloka.com di ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat dan kereta api. *E-Journal Administrasi Bisnis*, Vol.7, No.4: 474–487.
- Sawlani, D. K., 2021. *Digital Marketing; Brand Images*. Scopindo Media pustaka, Surabaya.
- Setyawan, D. A., 2021. *Hipotesis Dan Variabel Penelitian*. Tahta Media Group. Tata media group, Klaten.

- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T., 2021. *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. IOCS Publisher, Yogyakarta.
- Sobandi, A., & Somantri, B., 2020. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal*, Vol.1, No.1: 41–52.
- Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Arfiman, M. Y., & Nurdiansyah, B., 2020. *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (1st ed.). Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sujarweni, V., 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka baru, Yogyakarta.
- Tania, 2022. *Tentang Blibli – Pusat Bantuan*. <https://www.blibli.com/faq/tentang-blibli/tentang-blibli-com/>. diakses November 2022.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H., 2021. Keputusan Pembelian : Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, Vol.5, No.1, 67–86.
- Tobon, S., & García-Madariaga, J., 2021. The influence of opinion leaders' ewom on online consumer decisions: A study on social influence. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, Vol.16, No.4: 748–767.
- Vongurai, R., Elango, D., Phothikitti, K., & Dhanasomboon, U., 2018. Social Media Usage, Electronic Word of Mouth and Trust Influence Purchase-Decision Involvement in Using Traveling Services. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, Vol.6, No.4: 32–37.
- Wijaya, I. G. N. S., Pratami, N. W. C. A., Muryatini, N. N., & Yasa, I. G. D., 2022. Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Presepsi Risiko, Kepercayaan pelanggan, dan Keputusan Pembelian di e-commerce tokopedia. *E-Jurnal Manajemen*, Vol.11, No.1:190-209.
- Wiraandryana, I. M. J., & Ardani, I. G. A. K. S., 2021. The Role Of Trust Mediates Effect Of E-Wom On Consumer Purchase Decisions. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, Vol.5, No.1: 408–415.
- Wirata, I. N., 2021. Pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian In-House Event di Seminyak Bali, *Jurnal Kepariwisata*, Vol. 20, No.1: 68–74.

Yuliawan, E., Siagian, H., & Willis, L., 2018. Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan), *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol.12, No.2: 34–49.

Universitas Muria Kudus, 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi Prodi Manajemen. FEB UMK*, Universitas Muria Kudus.

