

DAFTAR PUSTAKA

- A'Yuni, D. Q. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Customer Rating, dan E-Servicescape Terhadap Trust yang akan Memengaruhi Purchase Intention: Studi Kasus Marketplace di Indonesia. *Student Journal of Business and Manage*, 225-247.
- Afreza, C., & Wiyadi. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Market Place Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, Vol 13. No 1.
- Ahmad, I., & et al. (2022). *Digital Marketing*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Alfian, Z., & Utami, S. (2020). Pengaruh E – Wom Terhadap Keinginan Untuk Membeli Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Aplikasi Sistem di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 258 -268.
- Alghifari, A. Y., & Rahayu, T. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Jurnal Manajemen*, Vol. 15 No. 2.
- Aminsyah, & Yulianti. (2020). Pengaruh Website Quality, E-Trust, E-Satisfaction Dan Switching Barriers Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Pengguna Itemku.Com). Vol. 2 Nomor 2, 11(1), 1–14.
- Anggraini, D., Barus, A., Ginting, R. S., YUSDIANA, & Saputra, A. (2024). Pengaruh Kualitas Website, Nilai Hedonis Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Situs Belanja Online. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, Vol 1 No 2 halaman 29- 40.
- Anisa, N., & Sitohang, H. (2021). *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. IOCS Publisher.
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, Volume 31 Number 02: 60 - 76.
- Aslam, W., Hussain, A., Farhat, K., & Arif, I. (2020). Underlying Factors Influencing Consumers' Trust and Loyalty in E-commerce. *Journal Business Perspectives and Research*, 1-19.
- Asnawati, Z. A., Salim, M. A., & Priyono, A. A. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Awareness, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia Di Kota Malang. *e – Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 13. No. 01 halaman 3990-3996.

- Assauri, & Sofian. (2016). *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bancin, J. (2019). *Citra Merek Dan Word OF Mouth* . Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Banjarnahor, Romundang, & et al. (2022). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Yayasan Kita Mennulis.
- Berliana, C., & Sanaji. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, Dan Commitment Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- Bernarto, I., Wilson, N., & Suryawan, I. N. (2020). Pengaruh Website Design Quality, Service Quality, Trust dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus: tokopedia.com). *Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol. 19(1), pp. 80-90.
- BPS JAWA TENGAH. (2022). Indeks Pembangunan Manusia Menurut Kabupaten/Kota, 2022-2024. Dipetik Februari 6, 2024, dari <https://jateng.bps.go.id/indicator/26/83/1/indeks-pembangunan-manusia-metode-baru-.htm>
- Bulan, T. P., & Chandra, R. (2021). The Effect of Ewom, Digital Marketing, Customer Satisfaction on Customer Loyalty (Shopee Customer Survey in Pangkalan Brandan). *Jurnal Manajemen Motivasi*, Volume 17, Nomor 1.
- Candiwan, & Wibisono, C. (2020). Analysis of the Influence of Website Quality to Customer's Loyalty on Ecommerce. *International Journal of Electronic Commerce Studies* , Vol.12, No.1, pp.83-102.
- Citaningtyas, D., Kadi, A., Purwanto, H., & Ramadani, L. D. (2021). Pengaruh E - Promotion, E - WOM dan lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 5(2), 224–238.
- Databoks. (2023). Dipetik Februari 2, 2024., dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>
- Databoks. (t.thn.). Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat. Dipetik juni 30, 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/grabtoko-perusahaan-e-commerce-dengan-pengaduan-konsumen-terbanyak>
- Dataindonesia. (2023). Dipetik Juni 9, 2023, dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>.

- Dharmoputra. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta Effect of Consumer Online Rating and Review To Buying. *E-Proceeding of Management*, 5(2):1828–1835.
- Diana, L., Arifin, R., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Bumiayu Kota Malang). *e – Jurnal Riset Manajemen*.
- Fadhlurrahman, M. R., & Sunaryo. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Brand Image Dan Trust. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Volume 01 No 1, 122-131.
- Fahmi, M., Prayogi, M. A., & Jufrizen. (2020). Peran Kepercayaan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Website Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, Volume 2, Nomor 3 Hal. 121-130 DOI: 10.5281/zenodo.1477534.
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol. 4, No.2: 307 - 316.
- Fauzi, M. I., Rachma, N., & Hufron, M. (2020). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop Melalui Kepercayaan. *e – Jurnal Riset Manajemen*, 125-144.
- Febriani, N., & Weda, W. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Malang: UB Press.
- Febriani, N., & Weda, W. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Malang: UB Press.
- Ferdinand, A. (2018). *Pengembangan Minat Beli Ulang Merek*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdah, M., Prima, F., & Uslianti, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Celebrity Endorsement Dan Tiktok Ads Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust. *Jurnal Teknik Industri Universitas Tanjungpura*, 22-29.
- Firdaus, M., Aisyah, S., & Farida, E. (2023). Pengaruh customer review, customer rating, dan celebrity endorser terhadap minat beli melalui kepercayaan di online shop Shopee. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 4(1), 67-83.

- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural dan Aplikasi dengan program Amos 24 edisi 7*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giao, H., VuongA, B., & Quana, T. (2020). The Influence Website Quality On Customer Loyalty Throught The Mediating role of e trust and e satisfaction:An evidence from online shopping in Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*, 351–370.
- Gregg, G. D., & Walczak. (2013). *Multivariate Data Analysis Pearson Internasional Edition 6*. New Jersey.
- Halim, & et.al. (2021). *Manajemene Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Medan: Yayasan Kita Penulis, 2-10.
- Hanif, R. (2020). Menentukan Loyalitas Pengguna Shoppypay Berdasarkan User Experience dan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomia Asia*, Vol 16. Nomor 1.
- 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). <https://doi.org/10.12962/J23373539.V9i2.56728>.
- Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *Monograf Minat Beli di Marketplace Shopee*. Padang : Inovasi Pratama Internasional.
- Hasan. (2014). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hermawan, K., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word Of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Melalui Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Volume 04, Nomor 03, 424-436.
- Huda, O. K., & Nugroho, A. T. (2020). Pengaruh Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepercayaan. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol. 22 No. 02. hal 142-150.
- Idris, I. N., Hamid, R. S., & Maszud, E. (2023). Peran E-wom Konten Marketing dan Lifestyle Dalam Meningkatkan Kepercayaan Dan Minat Beli Generasi Milenial Pada Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 09 No 01, Hal. 90 - 103.
- Illasyah, H. L, & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol 8, No. 3.

- Instagram . (2024). Dipetik Februari 3, 2024, dari <https://www.instagram.com/>
- Irawan, W., & Nisa, P. C. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Social Media. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 4 No. 1.
- Ismagilova, & al, E. E. (2017). *Electronic Word of Mouth (Ewom) in the Marketing Context "A State of Art Analysis and Future Direction*. Springer.
- Istiqomah, D. A., & Azzahra, F. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Customer Trust Dan Online Customer Review Terhadap Customer Loyalty Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Sarjana Universitas An Nuur Angkatan 2019/2020). *JMB*, VOLUME 3, 8-16.
- Jamil, A., & Santosa, M. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko, Citra Perusahaan Dan Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Menggunakan E-Commerce Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol 4(1).
- Japariyanto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web dan E-WOM Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variabel Pada E-commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 14 No. 1, 35-43.
- Kanuk, & Sciffman. (2016). *Perilaku Konsumen*,. Makassar: Alaudiin University Press.
- Kasinem. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen . *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339.
- Kotler, & Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta.: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Edisi 15*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed. Harizon)*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lay, A., & Marvianta, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pada Pelanggan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Bangun Manajemen*, Vol. 1, No. 2.

- Mauludin, M, S., et al. (2022). *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, Volume 1, Issue 1.
- Mawa, S. F., & Cahyadi, I. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli di Lazada. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 9, No. 2.
- Maylina. (2017). *Management Brand Equity and Trust. Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Ming, W. L., Hsiu, Y., & Chien, Y. (2020). Unlocking The Customer Engagement –Brand Loyalty Relationship In Tourism Social Media: The Roles Of Brand Attachment And Customer Trust. *Journal Of Hospitality And Tourism Management*, Vol 44.
- Mowen, & Minor. (2016). *Perilaku Konsumen. Jilid 1. Edisi 8 (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Muharam, H., Chaniago, H., Endraria, & Harun, A. B. (2021). E-service quality, customer trust and satisfaction: Market place consumer loyalty analysis. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(2), 237–254.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust Sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maskipreneur*, Vol.2. No. 1: 1-13.
- Neri, A. e. (2021). The Effect of Viral Marketing Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variabel in the Marketplace Shopee in Surabaya City. *International Jurnal of Multicultural and Multireligious Understanding*, Vol 8, No.3: 496- 507.
- Ningtyas, I. N., Setyawati, S. M., & Luhita, T. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan E-Servicescapes terhadap Kepercayaan Konsumen dan Minat Beli Online (Studi pada Pengguna E-commerce Shopee). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, Vol 25 No 2.
- Nirawati, L., Pratiwi, A. D., Mutiahana, A., & Afida, E. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Syntax Transformation*, Vol. 1 No. 9, page 624-631.
- Nurbani, A. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan serta Dampaknya pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), 109-120.
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2020). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand

Loyalty. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 269-282.

Onsardi, & Putri, U.D. (2021). Dampak Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Konsumen Belanja Online Di Lazada. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, Vol.2. No. 2. .

Ovaliana, W., & Mahfudz. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Make Over Pada Marketplace Shopee Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, Vol 11. No 3.

Palandi, J. J., Mangantar, M., & Raintung, M. C. (2023). Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan. *Jurnal EMBA*, 565-576.

Pamekas, M. (2021). *Pelayanan Prima*. Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha.

Pasi, L., & Sudaryanto, B. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Reviews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, Vol 10. No 3.

Pebrianti, W., Ningtias, F. O., Ahmadi, Listiana, E., & Ramadania. (2023). Pengaruh Perilaku Mencari Variasi dan Kualitas Website pada Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, VOL.12, NO.2, hal:231-254.

Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 25. No. 2.

Play store. (2023). Dipetik 9 juni 2023, dari <https://play.google.com>

Pohan, F. S., & Aulia, Z. (2020). Kualitas situs web, kepercayaan, dan loyalitas konsumen Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 13-22.

Prabowo, A. S., & Mahfudz. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan E-Wom Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 10 Halaman 1-15.

Pramadanti, R, Kristiadi, A, & Riyanto, A. (2023). Strategi Membangun Loyalitas Merek: Pengaruh Kualitas Produk, Perceived Value, dan E-WOM melalui Kepercayaan Merek. *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen*, Vol (7), (2).

Pramono, Sriyono, & Sukmawati, S. (2014). *Pertimbangan Dalam Mebeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.

- Prasetyo, A., & Wulandari, A. (2023). Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas dan Word of Mouth dengan Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen situs Belanja Online. *The Journal of Business and Management*, Vol 6. No 1.
- Priambodo, D. A., & Farida, N. (2020). Pengaruh E-Website Quality dan E-Service Quality terhadap E-Repurchase Intention melalui E-Trust (Studi pada Konsumen Produk Fashion Lazada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. IX, No. III halaman 335-345.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priansa, D. J., & Suwatno, S. (2016). *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Purimartyas, A., Jatmiko, R. D., & Aziz, N. (2021). The Influence of Website Quality On Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction of Shopee Career Women Customers . *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 01 (03). halaman 158-165.
- Putra, D. P., Suprihartini, L., & Kurniawan, R. (2021). Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap loyalitas dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bahtera Inovasi*, Vol. 5 No. 1, 57-65.
- Putri, A. (2021). Faktor-Faktor Penyebab Loyalitas Belanja Online di Lazada. *Jurnal manajemen*, Vol 1. No1.
- Rahman, A., Abir, T., Yazdani, D., & Hamid, A. (2020). Brand Image, eWOM, Trust and Online Purchase Intention of Digital Products among Malaysian Consumers. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, Volume XII, Issue III. Page 4935 – 4946.
- Rahmat. (2014). *Cara Praktis Membangun Website Grati*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rahmawati, A. Y. (2022). Analisis Pengaruh E-Service Quality , Trust Dan E-Wom Terhadap Customer Loyalty Dengan Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Pengguna Tokopedia). *Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*.
- Raihan. (2019). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Universitas Islam Jakarta.
- Rao, K. S., Rao, B., & Acharyulu, G. V. (2021). Examining E-Wom Purchase . *Iimb Management Review*, Vol 33 (4).
- Ray, E. L., Artha, I. N., & Dewi, E. K. (2021). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik* , Vol. 05 No.02, 85-92.

- Rianto, J. (2023). *Semua Tentang Merek*. Makassar: Nas Media Nusantara.
- Safina, W. D. (2020). Pengaruh Website Quality dan Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Lazada Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU Medan. *Movere Journal*, Vol.2, No. 1, Hal:115-123.
- Salmiah, Sahir, S. H., & Fahlevi, M. (2024). The effect of social media and electronic word of mouth on trust and loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 641-654.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2017). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Sari, A., Permata, A., & Yasa, N. (2020). *Kepercayaan Pelanggan*. Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha.
- Sarmis, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Sialang Jaya. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 9(1), 81–84.
- Seliana, S., Fitriani, L. K., & Rois, T. (2023). Analisis Pengaruh Customer Review Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, Vol.3 663-674.
- Shopee. (2024). Dipetik Februari 3, 2024, dari <https://shopee.co.id/>
- Simmamora, V., & Maryana, D. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap loyalitas Pada Aplikasi Tokopedia Dimoderasi Oleh Kualitas Produk. *Jurnal CAKRAWALA*, Vol 6, No 2.
- Sofiani, M., Sulhaini, & Sagir, J. (2022). Pengaruh Online Shopping Experience Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Shopee Dengan Customer Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Magister Manajemen Unram*, 120-134.
- Sopiah. (2014). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Publishing.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta Hal 60-85.
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran (Edisi 2)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

- Sunarto. (2016). *Pengantar Manajemen Pemasara*. Yogyakarta: Cetakan . Ust. Press.
- Supranto, & Limakrisna, N. (2016). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suprpto, R., & Azizi, M. Z. (2020). *Manajemen pemasaran*. Jawa Timur: Myria Publisher.
- Suryadiningrat, R. P., & Agustini, P. M. (2023). Pengaruh Kualitas Website Terhadap E-Satisfaction, E-Trust Dan E-Loyalty Pengguna Website. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol 4(4) pages 3955-3974.
- Syahriya, I., & Himawan, A. F. (2022). The effects of cash on delivery, online customer review, and rating on Tiktok shop application towards customer loyalty. *Journal of Management*, 12 (5).
- Syaputra, R., & Putri, S. E. (2024). Pengaruh Website Quality, Perceived Risk, dan Online Customer Review Terhadap Online Customer Trust Melalui Online Purchase Intention Sebagai Mediator (Studi Kasus Pada Pembelian Situs Belanja Online E-Commerce). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen* , 1-13.
- Tatari, S., Kaffashpoor, A., & Saghih, A. (2022). The Impact of E-WOM Participation on Loyalty: The Mediating Role of Personal and Social Website Identification. *Marketing Science and Technology Journal*, volume 1. No (3), Page 29-46.
- Tjiptono, & Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, & Fandy. (2017). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Edisi ke 3 Yogyakarta.
- Umma, N., & Nabila, R. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Citra Merek dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Generasi Z). *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 10 No. 1 , 31-47.
- Universitas Muria Kudus. (2021). *Pedoman Penyusunan Skripsi Prodi Manajemen FEB UMK*. Kudus: Universitas Muria Kudus.
- W.Sastika, B. Suryawardani, & F.H. Hanifa. (2020). Analysis of Website Quality, Brand Awareness on Trust and its Impact on Customer Loyalty. *Business and Management*, volume 15. hal 472-478.
- Wahyudi, T. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada

- Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop. *Jurnal Riset Manajemen*, 19 (1),1.
- Wangsa, I. N. (2022). *Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word of Mouth dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian*. Penerbit: Lakeisha.
- Wati, N., Imbayani, I., & Prayoga, I. (2023). Pengaruh Iklan, Harga dan Online Customer Review Pada Marketplace Tokopedia di Kota Denpasar. *Jurnal EMAS*, Vol 4. No 1.
- Watu, M. N., Suprpto, H., & Sugandini, D. (2021). Peran Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Kualitas Website Dan E-Wom Terhadap loyalitas Di Tokopedia Oleh Konsumen Online Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Wijaya, I., Pratami, N., Muryatini, N. N., & Yasa, I. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 11. No. 1. Hal 190-209.
- Winnie, & Wong, P.-M. (2020). The Effects of Website Quality on Customer E-Loyalty: The Mediating Effect of Trustworthiness. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4 (3). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v4-i3/670>.
- Wong, W. P, Tan, K, Inkgo, I,A, & Lim, B,C. (2020). The Effect of Technology Trust on Customer E-Loyalty in Online Shopping and The Mediating Effect of Trustworthiness. *Journal of Marketing Advances and Practices (JMAP)*, Volume 1, Issue 2. Page 38-51.
- Yuliza, M. e. (2022). *Teknik Pengambilan Keputusan*. Jawa Tengah: Penerbit CV . Pena Persada.
- Zalni, Z., & Abror. (2020). Pengaruh Reputasi Electronic Word of Mouth dan Web Quality Terhadap Kepercayaan Pelanggan Shopee di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(2), 97-107.