

DAFTAR PUSTAKA

Advernesia. 2017. Retrieved from Advernesia.com:

<https://www.google.com/blog/spss/car-uji-reliabilitas-spss-alpha-cronbachsdata-kuesioner> (diambil pada bulan Mei 2021).

Santoso A.T.. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan EWOM Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung).

Dwijayanti, R. D. 2015. Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *EKSIS Jurnal Riset Ekonomi & Bisnis*, 10, 1.

Hestanto. 2007. Retrieved from <https://www.hestanto.web.id/kepercayaanbelanja-daring> (diambil pada bulan Mei 2021).

Hidayat, R. 2019. Retrieved from Kita Punya: <https://www.google.com/amp/s/www.kitapunya.net/tahap-tahappengambilan-keputusan-pembelian-menurut-kotler> (diambil pada bulan Mei 2021).

Isparwati, R. 2021. *Gambaran Umum Shopee*. Diambil kembali dari <https://riniisparwati.com/profil-perusahaan-shopee> (diambil pada Juni 2021)

Kartika, M., & Ganarsih, R. L. 2019. Analisis EWOM, Online Shopping Experince dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen E-commerce Shopee. *s11*.

Kasanti, L., Rachma, N., & Hufron, M. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan Experiential Marketing Terhadap Electronic Word Of Mouth Lazada Online Shop. *Jurnal Riset Ilmiah* , 08.

Khusumawati, A. m. 2019. Diambil kembali dari Blog of marita afiyah khusumawati:

maritaafiyahkhusumawati.blog.unesa.ac.id/karakteristikpelayanan-prima

Maskuri, et al. 2019. Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* , 16, 02.

Mulyono. 2019. Retrieved from BINUS UNIVERSITY BUSINESS SCHOOL:

<https://bb.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik>

(diambil pada bulan Mei 2021).

Novitasari, Saputra, M., & Husein, J. 2017. Pengaruh EWOM Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03, 01.

Rafidah, I., & Djawanto. 2017. Analisa Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Lazada.

Rahayu, D. R. 2017. Pengaruh EWOM dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada konsumen DRRSHOP Jombang). *STIE PGRI DEWANTARA Jombang*.

Riadi, M. 2021. Retrieved from KajianPustaka.com:

<https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepercayaan-konsumenpengertian-aspek> (diambil pada bulan Mei 2021)

Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. 2019. Penengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald CityManado. *07*, 1.

