

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningias, I., & Fadili, D. A. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Humaniora*, 27-35.
- Ahmad Suheri, H. W. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 110-119.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 1-14.
- Arif, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal SiNTESa Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humantora*, 111-122.
- Dinata, M. S., & Khasanah, I. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food, Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 1-9.

Fitri, S., & Erdiansyah, R. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, dan Selebriti Endorser terhadap Keputusan Pembelian Uniqlo. *JURNAL EMBA*, 154-156.

Gultom, M. D., Adlina, H., & Siregar, O. M. (2022). The Influence Of Electronic Word Of Mouth And Brand Image On The Purchase Decision Of Video On Demand Netflix Subscription. *Journal Of Humanities, Social Sciences And Business*, 122-127.

Gunawan, D., & Pertiwi, A. D. (2022). Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 815-824.

Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022, September). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word Of Mouth, Dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 202-209.

Jafri, M., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JTPN)*, 1286-1292.

Kusnanto, S. D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Sintesis Coffe Di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 474-477.

Kusnanto, S. D. (Januari 2023,). Pengaruh Kualitas Layanan dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Sintesis Coffe Di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* .

Maramis, I. M., Mananeke, L., & Loindong, S. R. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan Apotek Merckelkolongan. *Jurnal EMBA*, 39-48.

Moh Jafri, R. D. (2021). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JTPN)*, 1286-1292.

Muhiban, A., & Putri, E. K. (2022). Pengaruh Tampilan Produk dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 249-266.

Rachmaningtyas, P., & Surianto, M. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 389-396.

Rahayu, S. D., & Kusnanto, D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Sintesis Coffe Di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 474-477.

Solikhah, A. N., & Krishernawan, I. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Kasus Pada Pengguna E-

Commerce Shopee Di Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto).

JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS, 154-166.

Suheri, A., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 110-119.

Tanjung, J., & Effendy, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Electronic Word of Mouth, dan Kualitas Aplikasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 631-642.

Yolandita, C., Nursanta, E., Widiyarsih, & Masitoh, S. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Informasi, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, 479-486.

Zulkarnain, M., & Latief, A. (2021). Kualitas Produk, Servicescape dan Word Of Mouth Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. *Bussiness Innovation & Entrepreneurship Journal*, 38-44.

Website :

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>

<https://careers.shopee.co.id/about>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>