

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M., Ilkan, M., Al-Tal, R. M., & Eluwole, K. K. (2017). eWOM, revisit intention, destination trust and gender. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 220-227.
- Anas Hidayat, S. E., & BA, M. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Di E-Commerce (Studi Kasus: Lazada)* (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).
- Ariasa, M., Rachma, N., & Priyono, A. A. (2020). Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Nilai, Pengalaman Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Yang di mediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Pada Pengguna Smartphone Xiaomi di Kelurahan Dinoyo, Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(04).
- Badan Litbang (2018). Riset snapcart: 65 persen belanja online adalah perempuan. Diakses pada website: <https://litbang.kemendagri.go.id> ( Maret 2018).
- Cahyono, T. D. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang. *Jurnal TAMBORA*
- CNBC Indonesia (2019). Wow Transaksi *E-Commerce* RI 2018 Capai Rp. 77 T, Lompat 151% . Di Akses Pada Website : <https://Tekno.Kompas.Com> (Maret 2019).
- Cnn Indonesia (2019). Naik 10 Persen, Pengguna Internet Indonesia Kini 171,17 Juta. Diakses Pada Website: <https://www.cnnindonesia.com/Teknologi> ( Mei 2019).
- Databoks (2019). 10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019 Diakses Pada Website : <https://Databoks.Katadata.Co.Id> (Oktober 2019).
- Databoks (2019). Tokepedia, E-Commerce Dengan Nilai Transaksi Terbesar. Diakses Pada Website : <https://Databoks.Katadata.co.id> (Oktober 2019).
- Databoks (2019).Indonesia Jadi Negara Dengan Pertumbuhan *E-Commerce* Tercepat Didunia. Di Akses Pada Website : <https://databoks.katadata.co.id> (April 2019).
- Dailysocial (2019). Survei APJII: Pengguna Internet Di Indonesia Capai 171,17 Juta Sepanjang 2018. Diakses Pada Website: <https://Dailysocial.Id/Post/Pengguna-Internet-Indonesia-2018> (Mei 2019).

- Dwiki Rachamawati, D., Maria Magdalena, M., & Patricia Dhiana, P. (2015). Pengaruh Word Of Mouth, Tingkat Pendapatan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Journal Of Management*, 1(1).
- Fajryanti, V., & Farida, N. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Persepsi Nilai Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan (Studi Pada Penumpang Kereta Api Argo Bromo Angkrek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4).
- Fhonna, R. A., & Utami, S. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keterlibatan Keputusan Pembelian Dan Kepercayaan Pada Konsumen Shopee Di Universitas Syiah kuala *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(3), 20-32
- Fitdiarini, N. (2015). Kepercayaan pelanggan untuk melakukan online shopping dan dampaknya terhadap minat beli ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga (JEBA)/ Journal of Economics and Business Airlangga*, 25(3).
- Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Undip
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5-23.
- Hair, J.F., et.al. 2006. *Multivariate data analysis. (6th edition)*. New Jersey : Pearson Education Inc.
- Hawkins, Del l., Roger J. Best, dan Kenneth A. Coney (1998), *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*, Irwin /McGraw-Hill.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet?. *Journal of interactive marketing*, 18(1), 38-52.
- Hsin Chang, H., & Wang, H. W. (2011). The moderating effect of customer perceived value on online shopping behaviour. *Online Information Review*, 35(3), 333-359.
- Hussain, S., Guangju, W., Jafar, R. M. S., Ilyas, Z., Mustafa, G., & Jianzhou, Y. (2018). Consumers' online information adoption behavior: Motives and antecedents of electronic word of mouth communications. *Computers in Human Behavior*, 80, 22-32.

- Iprice (2019). The Map Of E-Commerce In Indonesia. Diakses Pada Website: [Https://Iprice.Co.Id/Insights/Mapofecommerce](https://Iprice.Co.Id/Insights/Mapofecommerce) (September 2019).
- Junaidi, A. (2015). Internet of things, sejarah, teknologi dan penerapannya. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 1(3).
- Reza Jalilvand, M., & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 460-476.
- Kompas.Com (2019). APJII : Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa. Di Akses Pada Website : [Https://Tekno.Kompas.Com](https://Tekno.Kompas.Com) (Mei 2019).
- Kompas.Com (2018). Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia?. Di Akses Pada Website : [Https://Tekno.Kompas.Com](https://Tekno.Kompas.Com) (Februari 2018).
- Kotler Philip dan Lane Keller Kevin , 2009. *Manajemen Pemasaran* , Edisi 13 jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25-32
- Kusuma, A. B., Juanta, A., & Liliani, L. (2019). Pengaruh Perceived Quality, Harga, Dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Ulang Produk M&B di Kota Surabaya. *PERFORMA*, 3(4), 472-481.
- Kusuma, R. S. (2017). Penggunaan internet oleh dosen berdasar gender dan generasi. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 8(1), 53-63.
- Launtu, A. (2018). Tinjauan Electronic Word of Mouth Dan Persepsi Nilai Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Konsume Pada PT. GO-JEK INDONESIA Cabang Makasar. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(2).
- Lita, A., Nur, M., & Zakky, F. A. (2019). Pengaruh Review Online, Kepercayaan Pada Web, Keamanan Bertransaksi Online, dan Privasi Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Online Lazada (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta).
- Maulidina, M., & CAHYANI, L. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Melalui Instagram Terhadapminat Beli Jasa Pendidikan. *eProceedings of Applied Science*, 4(1).

- Masarianti, I. G. A. A. A., Darwini, S., & Dakwah, M. M. (2019). Pengaruh Trust Dan Easy Of Use Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Shopee Di Kota Mataram. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(1), 20-32.
- Matute, J., Polo-Redondo, Y., & Utrillas, A. (2016). The influence of EWOM characteristics on online repurchase intention: Mediating roles of trust and perceived usefulness. *Online Information Review*, 40(7), 1090-1110.
- M.R, Jalilvand., dan Samiei, N. (2012), “*The Effect of Electronic Word of Mouth On Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*”, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol.30 Iss; 4 pp. 460 – 476
- Nursalim, E. R. T., & Wiradinata, T. (2016). Analisis Jalur Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Desain Website Terhadap Minat Beli Ulang, Dengan *E-commerce* Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Produk E’CHICK S. *PERFORMA*, 1(1), 44-52.
- Paludi, S. (2017). *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWom) terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, Dan Loyalitas DestinasiPerkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan*. *Jurnal STEIN*, 11(1).\
- Peng, L., & Liang, S. (2013, December). The effects of consumer perceived value on purchase intention in e-commerce platform: a time-limited promotion perspective. In *Proceedings of The Thirteen International Conference on Electronic Business* (pp. 56-64).
- Pomalaa, L., Mursityo, Y. T., & Herlambang, A. D. (2018). Analisis Faktor Brand Awareness, Brand Exposure, Customer Engagement, Dan Electronic Word-of-Mouth Dalam Pemasaran Melalui Media Sosial Pada The Body Shop Indonesia. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN*, 2548, 964X.
- Pradana, R. D. P. F. D. (2016). Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Kepuasan Konsumen Dan Pengaruh Langsung Dan Tak Langsung Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Mahasiswa FEB Untag Di Semarang). *Media Ekonomi dan Manajemen*, 30(1).
- Prawiranata, H., & Rahmawati, D. (2018). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Gojek Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(4).

- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh e-wom dan persepsi nilai terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja online di Lazada. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 4(1), 117-124.
- Reza Jalilvand, M., & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 460-476.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee. *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425-444.
- Sanusi S.E.,M.Si, Anwar, 2017. *Metode Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. Cetakan ketujuh. Jakarta. Salemba Empat.
- Saputro, G. B., & Kasmi, K. (2018). Aplikasi E-Commerce Berbasis Web Mobile Pada Percetakan Biru Langit. *Prociding Kmsi*, 6(1), 138-142.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106.
- Sari, W. (2017). *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth, Electronic Service Quality dan Country of Origin Terhadap Repurchase Intention pada Qlapa. com* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Sindonews.Com. 7 Temuan Peta E-Commerce Indonesia Quartal 1 2019. Diakses Pada Website : [Https://Autotekno.Sindonews.Com](https://Autotekno.Sindonews.Com) (Juli 2019).
- Siqueira Jr, J. R., Peña, N. G., ter Horst, E., & Molina, G. (2019). Spreading the Word: How Customer Experience in a Traditional Retail Setting Influences Consumer Traditional and Electronic Word-of-mouth Intention. *Electronic Commerce Research and Applications*, 37, 100870.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&d*. Bandung. PT.Alfabeta
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&d*. Bandung. PT.Alfabeta

- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&d.* Bandung. PT.Alfabeta
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of retailing*, 77(2), 203-220.
- Syafaruddin, Z. (2016). Pengaruh Komunikasi Electronicword of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) Dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Online Shopping Zafertech. com). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1).
- Thidi (2018). Prestasi Shopee Yang Mampu Bersaing Dalam Waktu Singkat. Di Akses Pada Website : <https://Thidiweb.Com/Sejarah-Shopee> (Agustus 2018
- ur Rahman, S., Khan, M. A., & Iqbal, N. (2018). Motivations and barriers to purchasing online: understanding consumer responses. *South Asian Journal of Business Studies*.
- Wang, Y., Gu, J., Wang, S., & Wang, J. (2019). Understanding consumers' willingness to use ride-sharing services: The roles of perceived value and perceived risk. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 105, 504-519.
- Wu, L. Y., Chen, K. Y., Chen, P. Y., & Cheng, S. L. (2014). Perceived value, transaction cost, and repurchase-intention in online shopping: A relational exchange perspective. *Journal of Business Research*, 67(1), 2768-2776.

Uda dimasukin ddftr pustkan abjad

Kompas.Com (2019). APJII : Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa. Di Akses Pada Website : [Https://Tekno.Kompas.Com](https://Tekno.Kompas.Com) (Mei 2019).

Kompas.Com (2018). Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia. Di Akses Pada Website : [Https://Tekno.Kompas.Com](https://Tekno.Kompas.Com) (Februari 2018).

CNBC Indonesia (2019). Wow Transaksi *E-Commerce* RI 2018 Capai Rp. 77 T, Lompat 151% . Di Akses Pada Website : <https://Tekno.Kompas.Com> (Maret 2019).

Databoks (2019).Indonesia Jadi Negara Dengan Pertumbuhan *E-Commerce* Tercepat Didunia. Di Akses Pada Website : <https://databoks.katadata.co.id> (April 2019).

Thidi (2018). Prestasi Shopee Yang Mampu Bersaing Dalam Waktu Singkat. Di Akses Pada Website : [Https://Thidiweb.Com/Sejarah-Shopee](https://Thidiweb.Com/Sejarah-Shopee) (Agustus 2018).

Sindonews.Com. 7 Temuan Peta *E-Commerce* Indonesia Quartal 1 2019. Diakses Pada Website : [Https://Autotekno.Sindonews.Com](https://Autotekno.Sindonews.Com) (Juli 2019).

Databoks (2019). Tokepedia, *E-Commerce* Dengan Nilai Transaksi Terbesar. Diakses Pada Website : [Https://Databoks.Katadata.co.id](https://Databoks.Katadata.co.id) (Oktober 2019).

Dailysocial (2019). Survei APJII: Pengguna Internet Di Indonesia Capai 171,17 Juta Sepanjang 2018. Diakses Pada Website: [Https://Dailysocial.Id/Post/Pengguna-Internet-Indonesia-2018](https://Dailysocial.Id/Post/Pengguna-Internet-Indonesia-2018) (Mei 2019).

Cnn Indonesia (2019). Naik 10 Persen, Pengguna Internet Indonesia Kini 171,17 Juta. Diakses Pada Website: [Https://Www.Cnnindonesia.Com/Teknologi](https://Www.Cnnindonesia.Com/Teknologi) ( Mei 2019).

Iprice (2019). The Map Of *E-Commerce* In Indonesia. Diakses Pada Website: [Https://Iprice.Co.Id/Insights/Mapofecommerce](https://Iprice.Co.Id/Insights/Mapofecommerce) (September 2019).

Databoks (2019). 10 *E-Commerce* Dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019 Diakses Pada Website : [Https://Databoks.Katadata.Co.Id](https://Databoks.Katadata.Co.Id) (Oktober 2019).

Badan Litbang (2018). Riset snapcart: 65 persen belanja online adalah perempuan. Diakses pada website: <https://litbang.kemendagri.go.id> ( Maret 2018).

Dicari dprint

Kompas.Com (2019). APJII : Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa. Di Akses Pada Website : <https://Tekno.Kompas.Com> (Mei 2019).  
<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa> .

Kompas.Com (2018). Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia. Di Akses Pada Website : <https://Tekno.Kompas.Com> (Februari 2018).  
<https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia?page=all>

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190311101823-37-59800/wow-transaksi-e-commerce-ri-2018-capai-rp-77-t-lompat-151> di akses pada (Maret 2019) .

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia> di akses pada (April 2019) .

<https://thidiweb.com/sejarah-shopee/> di akses pada (Agustus 2018) .

<https://autotekno.sindonews.com/read/1417713/207/7-temuan-peta-e-commerce-indonesia-di-q1-2019-1562328998> di akses pada (Juli 2019) .

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190513141331-37-72105/tokopedia-bukalapak-masih-terlalu-tangguh-bagi-shopee-cs> di akses pada (Mei 2019) gda keknya

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai-transaksi-tokopedia-terbesar-dibandingkan-e-commerce-lainnya> di akses pada (Oktober 2019)

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/06/20/162401226/dapat-suntikan-modal-shopee-fokus-kembangkan-bisnis-di-indonesia> di akses pada (Juni 2018) gda keknya

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190904193850-185-427589/adu-balap-transaksi-triliunan-rupiah-shopee-dan-tokopedia> di akses pada (September 2019)

<https://dailysocial.id/post/pengguna-internet-indonesia-2018> di akses pada (Mei 2019).



<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/pengguna-internet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta> Diakses pada Website Databoks: [www.databoks.co.id](http://www.databoks.co.id) Mei 2019).

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190516160749-192-395479/naik-10-persen-pengguna-internet-indonesia-kini-17117-juta> di akses pada (Mei 2019).

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/> di akses pada (September 2019).

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar> di akses pada Oktober 2019

<https://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-snapcart-65-persen-pelaku-belanja-online-adalah-perempuan/> di akses pada Maret 2018

<https://dailysocial.id/post/e-commerce-vs-social-commerce-adu-kemudahan-berbelanja-online> di akses pada Agustus 2019

