

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Ahdiat. (2023, Januari 31). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal IV 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-iv-2022>.
- Aisyah, D., & Engriani, Y. (2019). Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, dan e-WOM terhadap Minat Beli pada Situs Jual Beli Online Tokopedia yang Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(4), 48–59. <https://doi.org/10.24036/jkmw0278990>
- As'alul Maghfiroh, Zainul Arifin, & Sunarti. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 40(1), 132–140.
- Chin, P. N., Isa, S. M., & Alodin, Y. (2020). The impact of endorser and brand credibility on consumers' purchase intention: the mediating effect of attitude towards brand and brand credibility. *Journal of Marketing Communications*, 26(8), 896–912. <https://doi.org/10.1080/13527266.2019.1604561>
- Cindy Ayu Agustin, & Gracia Reveria Hellianto. (2020). Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Beli Produk Skincare di Shopee. *Jurnal Business Economic, Communication, and Social Sciences*, 2(1).
- Efrain Turban, David King, Jae Kyu Lee, Ting-Peng Liang, & Deborah C. Turban. (2018). *Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective* (8 ed.).
- Endah Saptutyningasih, & Esty Setyaningrum. (2019). *Penelitian Kuantitatif, Metode dan Alat Analisis*. Gosyen Publishing.
- Heru Mulyanto, Rasipan Rasipan, & Meli Andriyani. (2018). Reputasi dalam Mendorong Kepercayaan dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 15(2).
- Herwin, & Abadi, F. (2018). the Effect of Company Reputation and Vendor Reputation on Online Purchase Decisions With Consumer Trust As a Variable Between. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(3), 353–364.
- Ibrahim KIRCOVA, & Emel ESEN. (2018). THE EFFECT OF CORPORATE REPUTATION ON CONSUMER BEHAVIOUR AND PURCHASE INTENTIONS . *Management Research and Practice*, 10(4).
- Imam Ghazali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (7 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Karim, R., Wolok, T., & Lesmana Radji, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online di kalangan mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 5–24.
- Krisnanto, A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 74–80.
- Mardalis. (2007). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Bumi Aksara.
- Masyhuri, & M. Zainuddin. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Teori dan Aplikasi*. Penerbit Alfabeta.

- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nana Sudjana dan Ibrahim. (2009). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan* (V). Sinar Baru Algesindo,.
- Oktavia, F. (2019). Studi Komparatif Mengenai Word of Mouth Dan Minat Beli Pada Pusat Oleh-Oleh Pempek Candy Dan Pempek Vico Palembang. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 49. <https://doi.org/10.33021/exp.v2i1.547>
- Prof. H. Moh. Hasiram, M. S. (t.t.). *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif*. UIN-Maliki Press.
- Putranto, A. T. (2022). Loyalitas Pelanggan. Dalam N. Rismawati (Ed.), *Suparyanto dan Rosad* (2015. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Rizqullah, R., & Zuhra, S. E. (2021). ... Reputasi Dan Kualitas Informasi Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Shopee Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi ...*, 6(4), 809–823.
- Rizqullah, & Syarifah Evi Zuhra. (2021). Pengaruh Reputasi dan Kualitas Informasi yang Dimediasi oleh Kepercayaan terhadap Minat Beli pada Pengguna Shopee di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(4).
- Robert L. Linn, & Norman E. Gronlund. (2009). *Measurement & evaluation in teaching* (X). Macmillan Publishing Co., Inc.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Saviq Bachdar. (2018, Maret 24). *Generasi Milenial Masih Pembelanja Online Terbesar di Indonesia Online Terbesar di Indonesia*. <https://www.marketeters.com/generasi-milenial-masih-pembelanja-online-terbesar-di-indonesia/>.
- shopee.co.id. (t.t.). *Tentang Shopee*. <https://careers.shopee.co.id/about>.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono, Prof. Dr. (t.t.). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Dalam 2015. Alfabeta Bandung.
- Sunija, D. A., Febriani, S., Raharjo, S. T., & Humaedi, S. (2020). PEKERJA SOSIAL INDUSTRI DALAM MENANGANI PERMASALAHAN PHK DI DUNIA INDUSTRI INDONESIA. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(3), 181. <https://doi.org/10.24198/jppm.v6i3.26206>
- Triastuti, R. R., Ma'arif, A. A., & Ruhayat, R. (2020). Peran Manajemen Krisis Sebagai upaya mempertahankan citra. *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat*, 2(1), 61–80. <https://doi.org/10.15575/reputation.v2i1.50>
- Yusuf Zainal Abidin. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi, Penelitian Kuantitatif ; teori dan aplikasi*. CV Pustaka Setia.