

REFERENCES

- Afifah, Nur, & Yulida. (2018). Pengaruh Product Knowledge, Online Customer Review, dan Perceived Enjoyment Terhadap Niat Beli Smartphone Dengan Price Discount Sebagai Variabel Moderasi. (ISSN : 2721-4230).
- Agustin, C. A., & Hellianto, G. R. (2020). Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Beli Produk Skincare Di Shopee. *Journal of Business Economic, Communication, and Social Sciences*, Vol.2 No.1 (39-52), e-ISSN: 2686-2557.
- Akila. (2017). Pengaruh Insentif dan Pengawasan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada CV. Vassel Palembang. *Global Ecoument Journal* , 2(2)(ISSN : 2540-816X).
- Alfa, A. A., Rachmatin, D., & Agustina, F. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen Dengan Structural Equation Modeling Partial Least Square. 5(2).
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Journal of Management and Business*, 14(2).
- Apsari, V. (2019). Peran Kepercayaan Sebagai Mediasi Pengaruh E-WoM Negatif Terhadap Niat Beli Pada E-commerce JD.ID. *Journal of Management Science* , 8(2).
- Ariyanti, M., & Wijoseno, J. W. (2017). Perceived Factors Influencing Customer Trust and It's Impact On Online Purchase Intention In Indonesia. *International Journal of Science and Research*(ISSN : 2319-7064).
- Avriyanti, D. A., Kusumawati, A., & Nuralam, I. P. (2018). The Influence Of Electronic Word Of Mouth On Consumer Trustworthiness and Purchase Intention. *Journal of Administration Business*, 61(1).
- Daoud, J. (2018). Multicollinearity and Regression Analysis. *Journal of Physics*(DOI: 10.1088/1742-5696/949/1/012009).
- Bacon-Shone, J. (2015). Introduction to Quantitative Research Methods. (DOI : 10.13140/2.1.4466.3040).
- Fitdiarini, N. (2015). Kepercayaan Pelanggan Untuk Melakukan Online Shopping dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Uang. *Journal of Economics and Business*, 3.

- Haekal, M. E., Suharyono, & Yuliyanto, E. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian. *Journal of Administration Business*, 40(2).
- Hair, J. F., Hult, G. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications Inc.
- Halin, H., Wijaya, H., & Yusilpi, R. (2017). Pengaruh Harga Jual Kaca Patri Jenis Silver Terhadap Nilai Penjualan Pada CV. Karunia Kaca Palembang 2004-2015. *Global Ecoment Journal*, 2(2)(ISSN : 2540-816X).
- Heridiansyah, J. (2012). Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC. *Journal STIE Semarang*(ISSN : 2252-7826).
- Hidayah, A. A., & Suliyanto. (2019). Kualitas Website, Merek Website, reputasi, Rasa Percaya, dan Risiko Yang Dirasakan Yang Mempengaruhi Niat Beli Produk Fashion Online Shop. *Economic Management Journal*, Vol.5No.1, ISSN: 2685-7057.
- Hilton, C. (2015). The Importance Of Pretesting Questionnaires: A Field Research Example Of Cognitive Pretesting The Exercise Referral Quality Of Life Scale (ER-QLS). *International Journal of Social Research Methodology* (ISSN : 1464-5300).
- Hussein, A. S. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) Dengan SmartPLS 3.0. *Modul Ajar*.
- Hwa, C. J., Memon, A. M., Chuah, F., & Ramayah, T. (2018). Assessing Reflective Models in Marketing Research : A Comparison Between PLS and PLSc Estimates. *International Journal of Business and Society*, 19(1), 139-160.
- Irmawati, D. (2019). Pemanfaatan E-commerce Dalam Dunia Bisnis. *Scientific Journal of Business Oration* (ISSN : 2085-1375).
- Jameel, B., & Majid, U. (2018). Research Fundamental : Data Collection, Data Analysis, and Ethics . *Undergraduate Research In Natural and Clinical Science and Technology Journal*, 2(10.26685/urncst.39), 1-8.
- Kamillulah, J., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen Online Shop Dalam Pembelian Produk Di Toko XYZ. *Journal of Information Technology Development and Computer Science*(ISSN : 2548-964X).

- Karami, K. A., & Wismiarsi, T. (2016). Pengaruh Resiko Pada Keputusan Belanja Online. *Prosiding Seminar Nasional Indocompac*.
- Kartawinata, B. R., Aditya, W., & Sahputra. (2014). Business International . (ISBN : 978-602-99118-7-9), Bab 1, p.1.
- Kusuma, K., Utami, K. W., & Fatmalia, M. (2018). Pemediasian Kepuasan Konsumen Pada Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Perusahaan Sinar Karya Pemenang . *Performance : Journal of Management and Business Start-ups* , 3(3).
- Lestari, D. P. (n.d.). (2019). Seminar dan Workshop Penelitian. *Modul 1, p.14*. e-ISBN : 978-602-392-394-6
- Maria, K., Kindangen, P., & Rumokoy, F. (2016). The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Consumer Buying Decision In Lazada. (ISSN : 2303-1174).
- Meidita, Y., Suprpto, & Rokhmawati, R. I. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas Pelanggan Pada E-commerce . *Journal of Information Technology Development and Computer Science*, 2(11)(ISSN : 2548-964X).
- Milo, E. (2016). *Shopee Malaysia Prevents Scams With Shopee Guarantee*. Retrieved from News.ecinsider.my.
- Muslim, M. (2018). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. *1(10)*(ISSN : 0853-5876).
- Noersativa, F., & Rezkisari, I. (2018). *Penipuan Internal Tokopedia Bisa Terjadi Di Perusahaan Lain*. Retrieved from Republika.co.id.
- Nugraha, F. A., Suharyono, & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Journal of Administration Business* , 22(1).
- Pahlevi, R., & Wijaksana, T. I. (2018). Analisis Kualitas Website MALESBANGET.COM Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0 . (ISSN : 2355-9357).
- Pham, L. (2018). A Review Of Key Paradigm : Positivism, Interpretivism, and Critical Inquiry. (DOI : 10.13140/RG.2.2.13995.54569).
- Praditya, A. (2019). Pengaruh Media Sosial dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop. . *Semarak Journal* , 2(1)(ISSN : 2622-3686).

- Prayekti, A. R. (2018). Persepsi Remaja Generasi Z Di Surabaya Terhadap Referensi Merek Situs Online Marketplace Bukalapak. *Journal of Communication Unair*.
- Purwanegara, M., & Yuliana, E. (2010). Influence Of Word of Mouth Communication Towards Indonesian Online Shopper Purchase Intention. *Journal of Technology Management*, 9(2).
- Putri, N. A., & Iriani, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembeli Di Shopee. *Journal of Communication Media and Informatics* (ISSN : 2579-5899).
- Putri, W. Y. (2017). Pengaruh Regulator, Kepemilikan Instutional, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Carbon Emission Disclosure. *Thesis*.
- Rastati, R. (2018). Perspektif Generasi Z Di Jakarta. *Journal of Educational Technology*(ISSN : 2622-4283).
- Rusmawan, U. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Digital Secara Online . *Bina Insani ICT Journal* , 1(1) , 41-72.
- Saputri, M. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Journal of Sociotechnology* (DOI : 10.5614.).
- Sarjono, K. (2018). Pengaruh Persepsi Resiko, Kenikmatan Belanja, dan Desain Situs Terhadap Niat Beli Online. *Journal of Economics Business and Accounting*, 20(2).
- Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee.
- Sekaran, Uma, & Bougie, R. (2016). *Research Method For Business : A Skill-Building Approach*. Ch. 5 : p.73-79; Ch. 6 : p.99, p.102; Ch. 9 : p.155; Ch. 12 : p. 207, p.215; Ch.14 : p.278-284.
- Selviana, & Setyowati, R. B. (2019). Pengaruh Sikap Belanja Online Terhadap Trust Melalui Mediator Kepuasan Pelanggan. 3(2).
- Sembiring, E. N., Hoyyi, A., & Santoso, R. (2017). Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Menggunakan Pendekatan Partial Least Square (PLS). *Gaussian Journal*, 6(3)(ISSN : 2339-2541).
- Setia, M. S. (2016). *Methodology Series Module 3: Cross-sectional Studies*. (DOI : 10.4103/0019-5154.182410).

- Shahnaz, N. B., & Wahyono. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online . *Journal of Management Analysis*(ISSN : 2252-6552).
- Soegiarto, T. A. (2012). Analisis Pengaruh Trust In Online Shopping Store, Perceived Risk, Attitude Towards Online Purchasing Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Di Surabaya.
- Sugara, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online. *Journal of Administration Business*, 52(1).
- Sulaiman, S. (2018). Paradigma Dalam Penelitian Hukum. *Journals of Law*(ISSN : 2527-8482).
- Tjakraatmadja, A. T., & Harjanti, D. (2018). Pengaruh Reputasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Produk Kosmetik Di Instagram. *Journal of Management Economics*, 7(1).
- Trenggonowati, D. L., & Kulsum. (2018). Analisis Faktor Optimalisasi Golden Age Anak Usia Dini Studi Kasus Di Kota Cilegon. *Journal Industrial Servicess*, 3(8).
- Utomo, P., Lestariningsih, E., & Suhari, Y. (2012). Kepercayaan Terhadap Internet Serta Pengaruhnya Pada Pencarian Informasi dan Keinginan Membeli Secara Online.
- Wahyuni, F., Dalifa, & Muktadir, A. (2017). Hubungan Antara Pendidikan Dalam Keluarga Dengan Sikap Rasa Hormat Siswa Kelas IV SD Negeri 03 Kota Pagar Alam. *Primary School Teacher Education Scientific Journal* .
- Wibowo, E. A. (2016). Pemanfaatan Teknologi E-commerce Dalam Proses Bisnis. *Journal of Management Economics*.
- Widiyanto, I., & Prasilowati, S. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Journal of Management and Enterprise*(ISSN : 2338-8234).
- Widyanita, F. A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee. *Journal of Management Economics*.
- Yuvalianda. (2019). *Kupas Tuntas Jenis-Jenis Penelitian Beserta Contohnya*. Retrieved from Yuvalianda.com.

Zalni, Z., & Abror. (2019). Pengaruh Reputasi, Electronic Word Of Mouth, dan Web Quality Terhadap Kepercayaan Pelanggan Shopee Di Kota Padang. *Journal of Management and Entrepreneurial Studies*(ISSN : 2655-6499).

