

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, Nurya Dina, Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012.
- Afifi, F. F., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(September), 481–486. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.350>
- Alrwashdeh, M., Emeagwali, O. L., & Aljuhmani, H. Y. (2019). Management Science Letters. *Management Science Letters*, 9(4), 505–518. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.1.011>
- Andhi Sukma, F. F. D. (2023). Pengaruh Iklan Internet Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Goto (Gojek X Tokopedia) Terhadap Keputusan Pembelian. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(3), 428–434.
- Anggara, A. L., Situbondo, Soleha, S., & Pramitasar, T. D. (2022). Pengaruh Harga Dan Keragaman Produk Dalam Menentukan Kepercayaan Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Sembako Syafa Syafi Di Asembagus Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*, 1(4), 882–896.
- Aqmala, L. F. dan D. (2022). Keputusan Pembelian Pada Pengguna Grab. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 28–39.
- Ardyan, E. (2020). The Importance Of Customer Trust Toward Ewom On Customer Behavior : The Case Of Generation Y In Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 13(2), 213–226.
- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness , dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1).
- Asih Handayani, Aris Eddy Sarwono, D. P. (2022). Pengaruh E-WOM, Ease Of Use, and Trust Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Lifestyle Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Surakarta. *El-Wasathiya Jurnal Studi Agama*, 10(01), 113–124.
- Ayu Gita Oktaviani, D. H. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Bukalapak Di Kota Batam. *NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(7), 3262–3267.
- Aziah, A., & Adawia, P. R. (2018). Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 18(2), 149–156.

- Azis, F. Z., Hendrawati, T., Nafis, A. M., Fattah, D., Statistika, P. S., & Padjadjaran, U. (2023). Analisis Indeks Pembangunan Manusia Provinsi Jawa Tengah Menggunakan Analisis Regresi. *Lebesgue: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika Dan Statistika*, 4(2), 1041–1050.
- Badirÿ, M., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Ewom , Ease Of Use Dan Trust On Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39–52. <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>
- Bernartdictus Fandinata Candra, G. S. (2019). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6638–6657.
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(September), 219–231. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Cantika, F. Y., & Rusdianto, R. Y. (2023). Mengoptimalkan Akurasi Navigasi dan Fleksibilitas Pembayaran pada Aplikasi Maxim: Tinjauan terhadap Pengalaman Pengguna. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 2(2).
- Charvia, K., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Experience terhadap Brand Trust (Studi terhadap pengguna OVO di Jakarta). *Prologia*, 4(2), 237–244.
- Darno, Yosepha, S. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Tokopedia Di Jakarta Timur. *JIMEN : Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 39–50.
- Dia Meirina Suri, S. (2023). Consumer Perception Of Maxim Service In Dumai City. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak (EJAK)*, 3(1), 35–43.
- Dona, N. F., Syahrul, A. R., & Eprillison, V. (2021). Kepercayaan Pelanggan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Citra Perusahaan, E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Online Lazada. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 1–8.
- Eprianti, Y., Rabeta, Y., Octavian, A., Manajemen, P. S., & Insan, U. B. (2020). Analisis Kinerja Petugas Lembaga Perasyarakatan Narkotika Kelas Iia Lubuklinggau. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 69–78.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review General Sampling Techniques in Research Methodology: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Fitria, A., & Sari, R. (2022). Pengaruh Perceived Ease of Use , Brand Image , Word of Mouth , Nilai Pelanggan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan

- Jasa serta Dampaknya terhadap Loyalitas (Survey Pada Pelanggan Transportasi Online Maxim di Kota Pontianak). *Widya Manajemen*, 4(1), 12–20.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to Use And How to Report The Results of PLS-SEM. In *European Business Review*.
- Hapsari, E. S. (2020). Pengaruh metode pembiasaan terhadap perilaku siswa. *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 3(9), 50–58.
- Hasdani, Mohammad Nasir, B. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books.
- I Ketut Pande Mahesa Putra, & Rastini, N. M. R. (2022). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Niat Menggunakan Gojek Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 11(3), 464–484. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i03.p03>
- Imam Ardiansyah, E. F. & F. A. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pramugraha Di Harris Hotel & Conventions Kelapa Gading. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11).
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). Electronics word of mouth (eWOM) in the marketing context: A state of the art analysis and future directions.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Janna, N. M. & H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan spss. *OSFREPRINTS*, 1. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Jaya, U. A. (2020). Pengaruh Price Dan Product Quality Terhadap Costumer Loyalty Internet Indosat Ooredoo Di Sukabumi. *CAKRAWALA –Repositori IMWI*, 3(April).
- Johannes, J., & Fachrosi, D. (2022). Managing Conservations Value to Enhance Tourist Electronic Word of Mouth for Rural Tourism Destinations. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 25(2), 162–170. <https://doi.org/10.14414/jebav.v25i2.2946>
- Jungwon Lee, C. P. (2021). Customer engagement on social media, brand equity and financial performance: a comparison of the US and Korea. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(4), 454–474.
- Kapriani, A., & Thaha, Salmiyah, H. (2021). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa

- Transportasi Online Maxim di Makassar. *Al- Buhuts*, 17(1), 142–161.
- Kartika, N. E. (2020). Fitur Aplikasi Gojek Favorit Konsumen Pada Saat Pandemi COVID-19 Di Kota Bandung. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 9 (2), 1680–1695. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jikom.v9i2.2922>
- Khafidatul Ilmiyah, I. K. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(June), 31–42.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1).
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). erlangga.
- Kotler, P. & G. A. (2016). *Principle Of Marketing* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kristin, A., Ringo, S., Sitepu, J., & Ginting, S. T. U. A. (2023). Mahasiswa Universitas Quality The Influence Of Trust And Convenience On Purchase Decisions Using The Method Shopee Paylater Payment On Quality University Students. *Prosiding Seminar Nasional PSSH (Pendidikan, Saintek, Sosial Dan Hukum)*, 2, 1–12.
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *FIHAIS: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40–59.
- Maziyah Fichri, & Rojuaniah. (2022). Pengaruh Karakteristik Pengguna Media Sosial, E-Wom, Kepercayaan Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Kereta Api Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 353 – 366.
- McKnight, D.H., Choudhury, V., K., & C. (2015). Developing and validating trust measures for e-commerce: an integrative typology.
- Millatina, A. N., Hamidah, S., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian Konten Sosial Media Yang Sering di Kunjungi. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 5(1), 101–115.
- Mulya Hasudungan Napitupulu, S. (2023). Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Keamanan dn Kepercayaan terhadap Keputusan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 789–800. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1335>
- Mulyanto, D. (2022). Word Of Mouth, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Dampaknya Pada Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Gojek Di Kota Surakarta. *MUARA: Jurnal Manajemen Pelayaran Nasional*, 5(1), 29–34.
- Nisa, N. R., Rahayu, R., & Hardati, R. N. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 8(1), 59–66.

- Novitasari, I., & Cuandra, F. (2023). Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli pada Marketplace Online di Kota Batam. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(2), 339–349. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.248>
- Oping, S. B., Mangantar, M., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Online Shop Gemini . Luxury) The Influence Of Promotional Strategies Through Social Media And Electronic Word Of Mouth On Cloth. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 233–242.
- Paais, M. (2020). Penempatan Kerja , Pengalaman Kerja dan Kinerja Karyawan. *Public Policy: Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis*, 1(2), 252.
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis regresi linier berganda dalam estimasi produktivitas tanaman padi di kabupaten karawang. *Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika*, 5(2), 117–128.
- Pautina, Y. B., Ismail, Y. L., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 474–484.
- Philip Kotler, K. L. K. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi global ke-15 (15th ed.)*. Pearson Pendidikan Terbatas.
- Prihastuty, D. R. (2023). “Bab Viii Sampling.” *Pengantar Statistika*.
- Puspasari, H., & Puspita, W. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19 *Validity Test and Reliability Instrument Research Level Knowledge and Attitude of Students Towards. Kesehatan*, 13(1), 65–71.
- Retnawati, H. (2017). “Teknik pengambilan sample.” Disampaikan pada workshop update penelitian kuantitatif, teknik sampling, analisis data, dan isu plagiarisme.
- Rya Yulia Sari, Y. E. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Market Place. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 106–117.
- Salpitri, R. I., & Sari, S. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Maxim Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Di Kota Bengkulu. *Jurnal Multi Disiplin Dehasen (Mude)*, 2(2), 419–428.
- Salsabila, H. Z., Tria, L., & Hutami, H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko , Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87–

96.

- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2596–2620. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07>
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal, Jimea Mea, Ilmiah*, 3(3), 111–119. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp111-119>
- Sigalingging, P. M., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Batam. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 1004–1009.
- Somantri, B. (2020). Pembelian Produk Iphone (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *Cakrawala RepositoryIMWI*, 3(April), 1–10.
- Sri, J., Sari, V., Arifin, R., & Rachmadi, K. R. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Maxim Malang (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 303–312.
- Suryani, A., & Chandra, A. R. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth , Kemudahan Penggunaan Teknologi , Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Proceeding Applied Business and Engineering Conference*, 10, 17–19.
- Sutisna, I. (2021). *Statistika penelitian: Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif*.
- Tirta, M., & Nuraini, N. (2019). Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Institut Manajemen Wiyata Indonesia. *CAKRAWALA – Repository IMWI*, 2(April), 32–46.
- Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O. H., Poluan, J. G., Walangitan, B. Y., Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O. H., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Diskon Harga , Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado) The Effect Of Price Discounts , Promotions And Service Quality On Consumer Interest To Use On. *Jurnal EMBA*, 10(4), 511–521.
- Wetra, A. & A. (2022). *Operations Management and Information System Studies. Operations Management and Information System Studies*, 2(4), 260–274.
- Wijaya, I. G. N. S., Pratami, N. W. C. A., Muryatini, N. N., & Yasa, I. G. D. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Persepsi Risiko,

Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen*, 11(1), 190–209.

Yahya, A. (2022). Pengaruh Penerapan Blended Learning dengan Google Classroom Terhadap Motivasi dan Hasil Belajar Matematika Siswa di Masa Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Educational Science (IJES)*, 04(2), 153–165.

Zufaldi, M., Evanita, S., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan , Harga dan Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Grab di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(1), 380–387.