

## DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.
- Ardiyanto, F., & Kusumadewi, H. (2019). Pengintegrasian Technology Acceptance Model (TAM) dan Kepercayaan Konsumen pada Marketplace Online Indonesia. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 177–192. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i2.2659>
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital sosial* (R. H. M. Meuia (ed.)). Deepublish.
- Damara, Z. F., & Mansyur, A. Y. (2020). *Post-service recovery emotion and customer trust: The role of satisfaction as mediation*. 13(1), 17–28. <https://trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/jasa/article/view/5900>
- Diah, E. (2019). Promosi terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7, 17–32.
- Keren, K., & Sulistiono, S. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 319–324. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i3.284>
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v1i1.16>
- Lidya, V., & Pasaribu, D. (2018). *Analisis pengaruh promosi, kualitas produk dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian hand and body lotion merek citra (Studi Kasus Carrefour Pamulang, Tangerang Selatan)*. 1(4), 77.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori Dan aplikasi Dalam bisnis (EDISI 2)*. Mitra Wacana Media.
- Nainggolan, N. (2020). Pengaruh Potongan harga dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket indomaret serbelawan. *jurnal ekonomi usi*, 2(1), 54–64. <https://media.neliti.com/media/publications/328086-pengaruh-potongan-harga-dan-bonus-terhad-fdfe7484.pdf>
- Raharjo, R. M., & Mulyanto, H. (2018). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Minat Beli Konsumen Keripik Singkong. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 15(1), 109–120. <https://doi.org/10.33370/jmk.v15i1.198>
- Riyanto, S., & Harmawan, anglis andhita. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sanusi, A. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (Dedy A. Ha, Vol. 227). salemba empat.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 46–53. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, A. V., Louis, V., & Johanes, T. (2020). Pengaruh

- Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja pada PT Suminsurya Mesindolestari. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2872–2894.
- Sobandi, A., & Bambang, S. (2020). *Pengaruh Kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian secara online*. 1(1), 41–52. <http://winter.imwi.ac.id/index.php/winter/article/download/5/5>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Warisan, P. T., & Di, E. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Warisan Eurindo di Dalung, Kerobokan, Kedonganan*. 1(1), 115–125.