

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, N., & Yasra, R. (2018). Analisa Pengaruh Kepuasan Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Turnover Pada Karyawan di PT. Sanjaya Sejahtera. *Jurnal Industri Kreatif (Jik)*, 2(1), 51.
<https://doi.org/10.36352/jik.v2i1.70>
- Aristina. (2020). *Pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pt csk insulation engineering di kota batam.*
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Akmami: Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*, 2(2), 204–219.
- Bahari, A. F., & Ashoer, M. (2018). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata. 5(1), 69–78.
- Chotimah, N. (2019). Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi. *Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Mobile Shopee*, 3(1), 63–72.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32529/jim.v3i1.335>
- Dewi, A., Kusumawati, A., & Mawardi, M. (2016). Pengaruh Online Behavioural Adversiting (OBA) terhadap Sikap dan Dampaknya Pada Minat Beli (Survei pada Pengguna Situs Jejaring Sosial Facebook.com yang Pernah Melihat Tampilan OBA). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(2), 137–143.
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbingan. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 53–60. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v8i1.177>
- Fahmi. (2018). *Pengaruh Sikap Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Pada Online Shop Grostas Import Batam)*. 6(1).
- Firmansyah. (2019). *Perilaku Konsumen*. December.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/pfjhz>
- 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>
- Khusnaeni, N. L., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang Pengguna Kartu Seluler Telkomsel 4g Lte Yang Pernah Melihat Iklan Telkomsel 4g Lte Versi “Nixia Gamer”). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 47(2), 49–56.
- Laila, A., & Triyonowati. (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT JNE Surabaya Anzil. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(6), 1–17.

- Lumenta, A. L., Morasa, J., & Mawikere, L. (2016). Pengaruh Sistem Akuntansi Pemerintah Daerah dan Ketaatan Peraturan Perundangan Terhadap Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (Kabupaten Minahasa Selatan). *Jurnal EMBA*, 4(3), 135–146.
- Marwati, M., & Amidi, A. (2019). Pengaruh Budaya, Persepsi, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 168.
<https://doi.org/10.32502/jimn.v7i2.1567>
- Mutammam, M., Sumarwan, U., & Tinaprilla, N. (2019). Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengisian Angin Merek Green Nitrogen. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 231–241.
<https://doi.org/10.17358/jabm.5.2.231>
- Nainggolan, N. P., & Anano, M. (2019). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Jaringan Internet Pada PT Telekomunikasi Indonesia Di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 4(1), 96–105.
<https://doi.org/10.33884/jab.v4i1.1450>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Naufal, M. Z., & Afandi, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Toko Roti SW Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 03(1 (2017)), 207–212.
- Nicky, S. K., Sondakh, J. J., Wokas, H. R. N., Nicky, S. K., Sondakh, J. J., Wokas, H. R. N., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Akuntansi, J. (2021). (Persero) Area Manado Influence of Employee Attitudes and Emotions on the Accounting Information System At Pt. Pln (Persero) Area Manado. 9(1), 307–314.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *metode penelitian sosial* (Lutfiah (ed.)). Media Sahabat Cencekia.
- Purnama, N. I. (2019). *Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Konsumen Yamaha Di Perguruan Tinggi Swasta Islam Kota Medan*. November, 163–173.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/5928z>
- Royan, N. (2016). Pengaruh Faktor Antrian Pesawat, Kepercayaan dan Wildlife Hazard dalam meningkatkan hubungan baik antara pihak Bandara dengan Maskapai Penerbangan di Bandar Udara Jendral Ahmad Yani Semarang”. *Profil Kesehatan Kab.Semarang*, 41(2005), 1–9.
- Samosir, B. A., & Wartini, S. (2017). Pengaruh Iklan pada Keputusan Pembelian melalui Sikap Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(3), 255.
- sari, siska permata. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Sikap Konsumen dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di CV.

- Hayati Cabang Pasaman Barat (Studi Kasus di Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Barat). *Economica*, 5(2), 167–178. <https://doi.org/10.22202/economica.2017.v5.i2.547>
- Sumarso. (2016). Studi Mengenai Keputusan Pembelian Dengan Pendekatan Service Encounter, Service Convenience Dan Product Knowledge Yang Dimediasi Oleh Purchase Intention Pada Bengkel Pt. Astra International-Daihatsu Sales Operation Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 15(02), 93–106. <https://doi.org/10.14710/jspi.v15i02.93-106>
- Wiraghani, S. R., & Prasnowo, M. A. (2017). Perancangan Dan Pengembangan Produk Alat Potong Sol Sandal. *Teknika: Engineering and Sains Journal*, 1(1), 73. <https://doi.org/10.51804/tesj.v1i1.79.73-76>
- Yunita. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>