

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, W. E. (2012). *Aplikasi Praktis Spss Dalam Penelitian*. Gava Media.
- Aji, N. S., Djawahir, A. H., & Rofiq, A. (2018). The Influence Of Products And Promotions On Purchasing Decisions Mediated In Purchase Motivation. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(1), 152–161. <https://doi.org/10.21776/Ub.Jam.2019.017.01.17>
- Amalia Fhonna, R., & Utami, S. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keterlibatan Keputusan Pembelian Dan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Konsumen Shopee Di Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(3), 20–32.
- Ansari Harahap, D., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *Jrmsi - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/Jrmsi.009.2.02>
- Armansyah, A., Azis, I., & Evvy Rossanty, N. P. (2018). Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Bpjs Kesehatan Cabang Palu. *Ilmu Manajemen Universitas Tadi=Ulako*, 4(3), 235–244.
- Aziz Diyagitama, A., Sumarono, H., & Kristiyana, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung Di Artomoro Celluler. *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3(1), 58–65.
- Drs. Sunyoto Danang. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Jakarta Caps.
- Hermansyur, H. M., & Aditi, B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek ,Harga, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 32–43. Retrieved From <http://pusatdata.kontan.co.id>
- Herokholiqi, M. E., & Sidhi, A. (2018). Analisa Kualitas Pelayanan Bioskop Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Menggunakan Metode Structural Equation Modeling (Sem). *Spektrum Industri*, 16(1), 9. <https://doi.org/10.12928/Si.V16i1.9776>
- Indah Sari, D., & Raymond. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Matahari Department Store*.
- Indrawati, I. (2017). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia (Di Juanda Airport Surabaya), 1–14.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.14.1.25-34>

- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140–156. <https://doi.org/10.30737/Ekonika.V5i2.1097>
- Laely, N., Djunaedi, D., & Rosita, D. (2020). Pengaruh Customer Relationship Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan : Studi Konsumen Mcdonald's Kediri. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 224–242. <https://doi.org/10.30737/Ekonika.V5i2.1129>
- Lantara, A. A. M. O., & Pramudana, K. A. S. (2020). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 218–236. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I01.P12>
- Lia, E., Kore, R., Lamalewa, F., & Mulyaningsih, A. (2018). *The Influence Of Promotion, Trust, And Convenience To Online Purchase Decisions. International Journal Of Mechanical Engineering And Technology (Ijmet* (Vol. 9). Retrieved From <http://iaeme.com/Home/Journal/Ijmet77editor@iaeme.comhttp://iaeme.comhttp://iaeme.com>
- Lisdiana, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Onlinedi Online Shop Lazada. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4(2), 1356–1367. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/Jesya.V3i2.66>
- M. Amin, A., & Hendra. (2020). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada.Co.Id. Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 1). Retrieved From <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Marlina Az, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Pada Pengguna Motor Honda Vario Di Kecamatan Muara Bulian). *Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18(1), 116–125.
- Mayang Sari, S., Jushermi, & Marhadi. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Mandiri Tunas Financepekanbaru. *Jom Fekon*, 4(2), 3389–3399.
- Meliana, Sulistiono, & Setiawan, B. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Giant Hypermarket*.
- Nasir, A. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Pelajar Kampung Inggris Pare-Kediri). *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 63–57. <https://doi.org/10.30737/Ekonika.V4i1.328>
- Nasiroh, N., & Widodo, U. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Kebijakan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Konsumen Di Matahari Departemen Store Tbk) Effect Of Product Quality, Price And*

- Promotion Policy On Purchase Decision (Case Study On Consumers In Matahari Department Store Tbk)*. Retrieved From [Http://Industri.Bisnis.Com](http://Industri.Bisnis.Com)
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal Of Business And Economics Research (Jbe)*, 1(1), 1–10. Retrieved From <https://www.liputan6.com/teknoread/3236843/kasus-order-fiktif-di-lazada-meluap-warganet-ikutanbaper>.
- Putri Andini, N., Shuaryono, & Sunarti. (2014). Pengaruh Viral Marketing terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 Yang Melakukan Pembelian Online melalui Media Sosial Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 11(1), 1–6.
- Rabiana, R., & Akib, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplaces Shopee (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 4(1), 16–33.
- Rachmayanti, I., & Utami Ady, S. (2018). Kualitas Produk Sebagai Variabel Pemicu Utama Keputusan Pembelian Susu Formulasgmeksplore Di Kota Surabaya. *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 29–43. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25139/ekt.v2i1.722>
- Rahma Yunita, N., 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). *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3(1), 90–105.
- Raka, M., & Sutrisna, K. (2019). Pengaruh Pelaksanaan Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Konsumen Pada Perumahan Ptrafindo Mutiara Abadi (Kasus Hunian Perumahan Mutiara Tenayan Rayapekanbaru). *Jom Fisip*, 6(2), 1–14.
- Rozaili, & Zulkifli. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha N-Max. *Jrr*, 1(1), 21–28.
- Rustam, T. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Spare Part Pada Bengkel Aneka Motor Kabupaten Padang Pariaman. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 3(2), 320–328. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.159>
- Sandora, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online. *Eko Dan Bisnis (Riau Economics And Business Review)*, 11(3), 290–310.
- Sanusi. (2011a). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sanusi, A. (2011b). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sari Sitompul, S., & Mastono. (2017). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan

- Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Lazada.Co.Id Pada Mahasiswa Stie Pelita Indonesia. *Procuratio*, 5(1), 81–95.
- Satriyono, G. (2019). Pengaruh Family Types, Family Stages Dan Household Decision Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Mobil Keluarga Di Kota Kediri. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 77–94. <https://doi.org/10.30737/Ekonika.V4i1.329>
- Sinambela, L. P. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Graha Ilmu.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/Mandiri.V4i1.99>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Bandung .
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Bandung Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Sw, M., & Mardika, N. H. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Di Capella Batam*.
- Tanjaya, S. C., Maneke, Li., & Tawas, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram*. 4935 *Jurnal Emba* (Vol. 7).
- Tulanggow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Pt. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 9(3), 35–43.
- Ulfa, R. (2019). Variabel Penelitian dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathona: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1(1), 342–351.
- Widiastuti, Y., Saiful Bahri, H. ., & Hermanto. (2020). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasiendi Rsud Tongas Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ekonomi*, 16(2), 338–404.
- Widowati, M., & Purwanto, A. B. (2014). *Visual Merchandising Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Minimarket Alfamart Di Kota Semarang) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Visual Merchandising Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Minimarket Alfamart Di Kota Semarang) Influence Of Service Quality And Location Against Purchase Decision With Visual Merchandising As Moderating Variable (Study On Minimarket Alfamart Semarang)*. Retrieved From www.koran-jakarta.com
- Winata, W., & Evyanto, W. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Di Kota*

Batam.

Wirya Pranata, C., Sherlly, Vincent, & Fitriano, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Forum Ekonomi*, 23(2), Undefined-339. Retrieved From [Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Forumekonomi](http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Forumekonomi)

Yuli, & Marpaung, H. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Online, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Miniso Di Asahan(Studi Kasus Mahasiswafakultas Ekonomi Una), 1–12.