

DAFTAR PUSTAKA

- Alisan, & Sari, W. (2018). Pengaruh Personal Selling Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fitting Pipa (Elbow) Pada Pt. Sekawan Abadi Teknik Medan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 128. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.808>
- Arini Fauziah, S. T. (2022). *Pengaruh Harga , Kepercayaan , Penggunaan Aplikasi dan Promosi*. 5(2), 1381–1395.
- Aritonang, B., & Siboro, S. M. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK PEMBELIAN RUMAH PADA PERUMAHAN CITRA WAHANA II. *Jurnal Global Manajemen*, 10(1), 97–111.
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Owner*, 6(2), 1812–1829. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>
- Djan, I., & Rubbiah Adawiyah, S. (2020). The Effect of Convenience and Trust to Purchase Decision and Its Impact to Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Economics Research*, 9(4), 269. <https://doi.org/10.11648/j.ijber.20200904.23>
- Dutawaskita, I., Erlangga, H., Hastono, H., & Sunarsi, D. (2022). *PENGARUH PERSONAL SELLING DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PT LAUTAN SURGA DI JAKARTA*. 2.
- Esa Indra Mustika, & Antoni Ludfi Arifin. (2021). the Influence of Trust and Information Quality on Online Purchase Decision in the Shopee Application (a Case Study on Pt Sri Bogor’S Employee). *International Journal of Social Science*, 1(2), 37–42. <https://doi.org/10.53625/ijss.v1i2.134>
- Fadhilah, L, F. P. W., & Affifatusholihah, L. (2021). Factors Affecting Trust on Purchase Decisions Through E-Marketplace. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(1), 1120–1129.
- Ginting, S. T. U. A. (2022). *PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ONLINE TOKOPEDIA PADA MASYARAKAT KOTA MEDAN*. 1, 1–15.
- Hamsah, M. N., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu merek vans pada mahasiswa stiesia surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Hernawan, E. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Di Tangerang*. 2, 193–209.

- Jauhari, T., & Sya'idah, E. H. (2022). *PENGARUH PENJUALAN PRIBADI, IKLAN, DAN PROMOSI PENJUALAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 9(4), 1483–1490.
- Ma'arif, A. I., & Budiarti, A. (2022). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dimediasi citra merek di mr. Diy anindhyta budiarti sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia (stiesia) surabaya*.
- Manopo, C., Tampi, J. R. E., & Tumbel, T. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Kota Manado. *Productivity*, 2(6), 6–9.
- Manullang, F. A., & Heryenzus. (2022). Pengaruh Service Quality, Trust dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Online PT Great Seasons Travel. *Eco-Buss*, 5, 2013–2015. <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/1147%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/1147/1/cover.s.d.bab.III.pdf>
- Maskur, A., & Lestaringingsih, M. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, WORD OF MOUTH DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIESIA) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Nurjaya, N., Dutawaskita, N. I., Erlangga, H., Hastono, H., & Sunarsi, D. (2022). Pengaruh Personal Selling Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada PT. Lautan Surga di Jakarta. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 80–92. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.107>
- Permatasari, M. S., Mas, N., & Wulandari, W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Peran Harga sebagai Variabel Moderasi. *Conference on Economic and Business Innovation*, 35, 261–261.
- Prambudi, J., & Imantoro, J. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur*. 1(3), 687–704.
- Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Konsumen Shopee Di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah ...*, 10(2), 629–636. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/2239%0Ahttps://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/download/2239/2251>
- Rusmiyati, & Hartono, S. (2022). Influence The Influence of Product Quality, Brand Image and Promotion on Financing Decision with Customer Interest as Mediating Variable. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 20–33. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.20-33>

- Safitri, N. S., & Nani, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distributor Teh Botol Sosro Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(1), 56. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i1.9980>
- Siregar, I. N. P., & Natalia, E. (2018). Pengaruh Merek Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dvd Player Elecra Pada Pt. Cakrawala Elecra Medan. *Niaga*, 7(2), 80–89. <https://doi.org/10.24114/niaga.v7i2.10754>
- Siswanto, & Heryenzus. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT SOONLEE METALINDO PERKASA. *Jurnal Akrah Juara*, 21(1), 1–17.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sulistiwati, I., & Heryenzus. (2018). *Pengaruh Sikap Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Pada Online Shop Grostas Import Batam)*. 6(1).
- Tarigan, J. (2021). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Usaha Si Bolang Durian. *Jurnal Global Manajemen*, 10(1), 90.
- Wau, F. S., Chandrayant, T., & Afrizoni, H. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ESPRESSO CAFE DI KOTA PARIAMAN. *Jurnal Matua*, 4(8.5.2017), 2003–2005.
- Wau, F. S., Chandrayanti, T., & Afrizoni, H. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ESPRESSO CAFE DI KOTA PARIAMAN. *Jurnal Matua*, 4(8.5.2017), 2003–2005.