

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrika, & Purba, R. R. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi TOKOPEDIA (DT. SHOP MEDAN). 5, 38–51.
- Amanah, D., Harahap, D. A., Gunarto, M., & Purwanto. (2020). Perceived Risk and Security in Creating Online. *Journal of Applied Bussines and Economics (JABE)*, 7(2), 162–179.
- Cahyono, N. E., & Fahmi, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dalam membentuk Loyalitas Konsumen (Pengguna Platform Aplikasi Marketplace di kota Malang). *Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 1(4), 503–516.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Febrian, D., Sutardjo, A., & Yulistia. (2022). Analisis Harga, Promosi, Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan Belanja Online (Studi Kasus Di Lazada Express Padang). *Jurnal Matua*, 4(1), 169–184.
- Hartuti, E. T. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pizza Hut Delivery Gandul Cinere. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(2), 333–341.
- Hendra, A. M. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada.co.id. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1(1), 78–96.
- Hikmah. (2020). Pengaruh Harga , Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif di Kota Batam. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 173–179.
- Huda, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Fleksibilitas, dan Variasi Produk Terhadap Kebijakan Manajemen Rantai Pasokan dan Kepuasan Konsumen.
- Humairoh, O., & Hartono, D. (2022). Konsumen Di Marketplace Shopee Pada Masa New Normal (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Indonesia di Kota Tangerang). 2(1).
- Kumala, M. C., & Widodo. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Alumunium. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 58.
- Made Maitri Priandewi, N., Fadhilah, M., & Diansepti Maharani, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk DI E-Commerce LAZADA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Yogyakarta). *JBE Jurnal Bingkai Ekonomi JBE*, 7(1), 17–26.
- Nasution, A. P. (2018). Manajemen Rantai Pasokan Dan Kesiapan Indonesia Dalam Perdagangan Global. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*. <http://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/view/52>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap

- Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.
- Pane, D. H., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 149–155.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Sani, D. F. (2021). Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan E-Commerce Shopee di Kota Padangsimpuan. *Thesis*, 1–151.
- Selly, & Rustam, T. A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara Online Oleh Mahasiswa Di Kota Batam meliputi : *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1).
- Siswati, Y., & Evyanto, W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Rexvin Putra Mandiri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(4), 9.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019c). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- Sulaeman, F., & Krisnawati, D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Adhi Karya, Tbk. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(3), 65–78.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 304–313.
- Susanti, R., & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Batam Bangun Prahtama. *Jurnal Ekuivalensi*, 8(1), 80–91.
- Tito, A. C. P., & Gabriella, C. (2019). Faktor-faktor Iklan yang Dapat Menarik Penonton Untuk Menonton Iklan Skip-Ads di Youtube Sampai Selesai. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11(1), 98–114.
- Triyadi, Abdul Khoir, J. (2022). Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Apartemen Paragon Village di Karawaci. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(3), 366–375.
- Veronika, J., & Hikmah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe di Kota Batam. *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(02), 1–15.
- Wandasari, N. K. R. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk MIE

INSTAN Merek Sedaap DI KOTA DENPASAR. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 3(73–85).

Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Varabel intervening. *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(3), 25–38. <https://doi.org/ISSN : 2302-2752>, Vol. 7 No. 3, 2018

Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212.

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(01), 2019.