

## DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 80–87. <https://doi.org/10.32722/eb.v20i1.4065>
- Aguss, R. M., & Yuliandra, R. (2020). Persepsi Atlet Futsal Putra Universitas Teknokrat Indonesia Terhadap Hipnoterapi Dalam Meningkatkan Konsentrasi Saat Bertanding. *Jurnal Penjaskesrek*, 7(2), 274–288.
- Agusti, M., Utari, W., & Mardi W, N. (2020). ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL PERANTARA (Studi pada Wisatawan Desa Wisata Energi Migas Teksas Wonocolo di Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 804–818. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.397>
- Alexander Parhusip, A., & Izzah Lubis, N. (2020). *EKOMBIS Sains (Studi Kasus Pada Toko Online tokopedia.com)*. 5, 17–28.
- APRILIANA, R., & DARWANTO, D. (2022). *FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI E-COMMERCE (Studi Konsumen Muslim Kabupaten Pati)*.
- Arnomo, S. A. (2018). Mengukur Ketepatan Kualitas Informasi Sistem Tracer Dan Tracking Jasa Kurir. *Computer Based Information System Journal*, 6(1), 56. <https://doi.org/10.33884/cbis.v6i1.641>
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister ...*, 4, 1–10.
- Belqis Huril Zanah, Fauzan Muttaqien, K. D. (2019). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rengginang UD Makmur Lumajang. *PE-at:Http://Proceedings.Stiewidyagamalumajang.Ac.Id/Index.Php/ Progress. Progress Conference Volume 2, July 2019, E-ISSN :2622-304X, P-ISSN : 2622-3031.*, 2(2), 258–263.
- Bimrew Sendekie Belay. (2022). No Title *כהשק יתוארל המ תא תמאבש המ תא תוארל השק יכהשק*. 8.5.2017, 2003–2005.
- Deviyanti, D., & Husda, N. E. (2018). Effect of Location and Product Quality on Purchase Decision of Rexvin Housing Batam. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 6(2), 77–85. <https://doi.org/10.31846/jae.v6i2.76>
- Engkus, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Governansi*, 5(2), 99–109. <https://doi.org/10.30997/jgs.v5i2.1956>
- Febriana, A. P. (2019). Evaluasi Sistem Akuntansi Persediaan (Studi Kasus pada Instalasi Farmasi Rumah Sakit Bhayangkara, Kalasan). *Jurnal Universitas Sanata Dharma*.
- Fetrisen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek

- AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1, 1–9.
- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro Di Giant Mall Permata Tangerang). *Jurnal SWOT*, VII(3), 523–541.
- Jamira, A., & Yandi, A. (2019). Peran Customer Value dalam Memediasi Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian Mobil Low Cost Green Car (LCGC) di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(2), 392. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i2.124>
- Jurnal, J. E. C., Cendikia, E., Di, S., & Pendidikan, L. (2022). *Jec (jurnal edukasi cendikia)*. 6(2000), 31–40.
- Jurnal, J., Mea, I., Kasus, S., Artomoro, P., & Cimahi, M. (2022). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN KUALITAS JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. 6(3), 2272–2295.
- Kemudahan, P., Kepercayaan, D., Terhadap, K., Penggunaan, K., Fadlilah, N., Harahap, H., Syahputri, O., Agus, R., Dan Perbankan, K., Akuntansi, J., Negeri, P., Keuangan, M., Syariah, D. P., & Medan, P. N. (n.d.). *E-COMMERCE DI ERA NEW NORMAL*.
- Kualitas Pelayanan, K. (n.d.). KAJIAN TEORI. In *Mabiska Jurnal* (Vol. 7, Issue 1).
- Latief, F., & Ayustira, N. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136.
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analysis Of Service Quality, Product Completeness, And Price On Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 45(1), 45–58.
- 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>
- Muliawan, S., & Sugiarto, S. (2018). Pengaruh Food Quality dan Ketersediaan Produk Terhadap Repurchase Intention Produk Sari Roti di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–6.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Muttaqin, F., & Hidayat, R. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Indihome Pada Generasi Z Di Kota Bandung 2018. *EProceedings ...*, 4(3), 906–913.
- Napitupulu, M. H., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Lazada di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 789–800. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1335>
- Nasional, S., Bisnis, A., & No, V. (2022). Pengaruh Brand Image Tagline Dan Online Consumer Review Terhadap Purchase Decision Pada Produk Franchise Kue Balok Parikesit Cab. Mojokerto. *Seminar Nasional Akuntansi Bisnis Dan Manajemen (SNABM) Ith*, 1(1), 250–262.

- 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. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439–450. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i4.1704>
- Ofori, D. A., Anjarwalla, P., Mwaura, L., Jamnadass, R., Stevenson, P. C., Smith, P., Koch, W., Kukula-Koch, W., Marzec, Z., Kasperek, E., Wyszogrodzka-Koma, L., Szwerc, W., Asakawa, Y., Moradi, S., Barati, A., Khayyat, S. A., Roselin, L. S., Jaafar, F. M., Osman, C. P., ... Slaton, N. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Molecules*, 2(1), 1–12.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Priangga, I., & Munawar, F. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Lazada ( Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung ). *Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi*, 19(2), 399–413.
- Pulungan, N. M., & Imsar. (2022). Analisis Kepercayaan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Baznas Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(2), 2645–2654.
- Purba, S. (2023). *Perencanaan Kebutuhan Bahan pada Industri Rumah Tangga di Desa Tengah , Kecamatan Pantai Labu Deli Serdang. 1*, 82–88.
- Putri, R. M. (2021). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang Pengguna Trans Batam di Koridor Sekupang-Jodoh*.
- Rahayu, N., Ekonomi, J., Fakultas, S., Dan, E., & Islam, B. (2022). *ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM JUAL BELI ONLINE DI TETTYNYMAS GROSIR CEKOK PONOROGO SKRIPSI Oleh*.
- Rifai, F. I., & Wulandari, C. D. (2019). *Pengaruh Online Customer Review, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang Pada Online Marketplace. 9(2)*, 200–223.
- Rodrigo Garcia Motta, Angélica Link, Viviane Aparecida Bussolaro, G. de N. J., Palmeira, G., Riet-Correa, F., Moojen, V., Roehe, P. M., Weiblen, R., Batista, J. S., Bezerra, F. S. B., Lira, R. A., Carvalho, J. R. G., Neto, A. M. R., Petri, A. A., Teixeira, M. M. G., Molossi, F. A., de Cecco, B. S., Henker, L. C., Vargas, T. P., Lorenzetti, M. P., Bianchi, M. V., ... Alfieri, A. A. (2021). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Pesquisa Veterinaria Brasileira*, 26(2), 173–180.
- Romdonny, jefry. maskarto, lucky nara R. (2018). *Pengaruh Merek Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kualitas Pembelian Bola Sepak. 2(1)*.

- Saniati, F., Wilujeng, B. Y., Pd, S., & Pd, M. (2020). *ANALISIS PRODUK KOSMETIK MAKE UP SALAH SATU MEREK GLOBAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* (Vol. 09).
- Sari, I. I. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang Burdah Water. *Skripsi*, 145.
- Sholikhah, B., Fitri, R., & Mahanani, Y. (2021). Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal MUI pada Generasi Millennial. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(2), 193. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3754>
- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. P. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (HJIMB)*, 02(01), 71–75.
- Siregar, N., & Ovilyani, R. (2017). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Di Kota Medan (Studi Kasus Kantor Plaza Telkom Cabang Iskandar Muda No. 35 Medan Baru). *Jurnal Manajemen Tools*, 7(1), 65–76.
- Situngkir, M. B., Rahayu, Y. I., & Zulkifli. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Ketersediaan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Meteor Cell di Jalan Gajayana Kota Malang). *The 2nd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021)*, 2(1).
- Suci Wahyuni, R., Welsa, H., & Fadhilah, M. (2022). Peran Interest to Buy sebagai Variabel Mediasi pada Brand Ambassador dan Online Customer Review Terhadap Purchase Decision pada E-Commerce Shopee. *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 21(1), 99–112. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v21i1.107>
- Suhari, Y. (2008). Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XIII(2), 140–146.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Usmayanti, M. M. (2020). *Program Studi Kesehatan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Bina Husada Palembang 2020*.
- Utami, M., & Handayani, T. (2019). *Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah* (Vol. 2).
- Widiyanti, W. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Akademika*, 17(2), 40–50.
- Williianti. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Wong, D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce: Studi Kasus Pada Pelanggan E-Commerce Di Ubm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 155–168. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.46>