

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Manajemen*, 12 No.1(1), 32–39.
- Annisa Fadila Tengku Putri Lindung Bulan, S. A. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Electronic Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Online Pada Shopee di Pangkalan Brandan. *JIM Manajemen: Manajerial Terapan*, 1(November), 19–26.
- Ardhana, R., & Rahmawan, G. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan*. 06(02), 1–13.
- Asman, O. : (n.d.). *Sumber Data, Populasi Dan Sampel Penelitian Hukum Islam*.
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409–418.
- Hindraratno, J., Sahay, M., & Manurung, Y. (2021). Pengaruh Budaya, Persepsi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Tradisional Di UKM Pasar Kahayan Palangka Raya. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi, Volume 1*.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
- Indah, A., Amalia, P., Mardian, I., Manajemen, P., Tinggi, S., Ekonomi, I., Mouth, W. O., & Pembelian, K. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Putri*. 9(1), 72–84.
- John Budiman Bancin, S.Pd., M. . (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth* (A. Rofiq (ed.)).
- Lombok, E., & Samadi, R. (2022). *Pengaruh Brand Image , Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk EMINA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI) THE EFFECT OF BRAND IMAGE , BRAND TRUST AND DIGITAL MARKETING ON CONSUMER PURCHASE DE*. 10(3), 953–964.
- Mufarrikhoh, Z. (2019). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. Jakad Media Publishing.

- 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.
- Ningtyas, M. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian industri manufaktur. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Rahmizal, M., & Yuvendri, R. (2020). *Pengaruh Kepercayaan , Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada*. 04(03), 403–416.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.
- Selly, & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara Online Oleh Mahasiswa Di Kota BATAM. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1).
- Sihombing, R. (2018). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan 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.
- 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.
- Wijaya, A., M.Kom, J., Khudori, A., Grace, E., Silitonga, H., Wardhana, A., Umiyati, H., Abidin, N., & Harto, B. (2022). *The Art of Digital Marketing* (A. Sudirman (ed.)). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.