

DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, F. E. (2019). Analisis Kualitas Produk dan Layanan Purnajual Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Honda All New Vario 125 Melalui Citra Merek Sebagai Mediator. *MBIA*, 18(1), 38–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.33557/mbia.v18i1.320>
- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry. (2019). Pengaruh Kepercayaan , Kemudahan , Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *PRIMANOMICS: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 3(17), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.184>
- Akila. (2022). Pengaruh Mutu Produk Serta Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembeli Pada Usaha Mandiri Palembang. 19(3), 353–366. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31851/jmwe.v19i3.9459>
- Ana Riyanti, H. E. A. (2021). Analisis Penggunaan Aplikasi BPJSTKU Mobile dalam Upaya Meningkatkan Kemudahan Masyarakat Pekerja. *Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 18(1), 8–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jkin.v18i1.8994>
- Caniago, A., & Sudarmi, W. (2021). Analisis pengaruh kepercayaan dan motivasi karyawan terhadap kinerja perusahaan 1. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2007), 1–13. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i1.404>
- Dedy Kurnianto, I. K. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Kepuasan Kerja, Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dengan Variabel Intervening Organizational *PRISMA, Prosiding Seminar Nasional ...*, 5, 740–751.
- Ernawati. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Starbucks Solo Square. 1–13.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13.

<https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>

- Hana, kharis F. (2019). Minat Beli Online Generasi Milenial: Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 7(2), 203. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v7i2.6094>
- Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Roushandy Asri Fardani, S.Si., M. P., Jumari Ustiawaty, S.Si., M. S., Evi Fatmi Utami, M.Farm., A., Dhika Juliana Sukmana, S.Si., M. S., & Ria Rahmatul Istiqomah, M. I. K. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (A. Husnu Abadi, A.Md. (ed.); Nomor March). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Heryenzus, & Sitorus. (2019). Mahasiswa Program Studi Manajemen , Universitas Putera Batam Dosen Program Stufi Manajemen , Universitas Putera Batam. *Sitorus & Heryenzus*, 2(1), 1–9.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Irfan Rizqullah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada SNK © 2019 Published by UMSU (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Jurnal Kewirausahaan*, 1(1), 128–137. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596%2Fsnk.v1i1.3590>
- Khafidatul Ilmiyah, I. K. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.

<https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>

- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). *Kurs : Jurnal Akuntansi , Kewirausahaan dan Bisnis*. 4(1), 45–58.
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *EKOBIS*, 19(2), 203–213.
- Maskuri, M. A., Kurniawan, E. N., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019). Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), 139. <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i2.348>
- Muhammad Rizki, Z. R. W. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Kaos Merk Welltraf Di Cianjur. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(8.5.2017), 177–188. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/optimal.v2i3.500>
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada. *Jembatan*, 15(2), 87–94. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v15i2.6656>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nadia Ika Purnama, N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596%2Fsnk.v2i1.8424>
- Novita, D., & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi (Participation) Pelanggan Wulan Rent Car. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 6(3), 259–273. <https://doi.org/10.30998/jabe.v6i3.4934>
- Piarna, R., & Apandi, T. H. (2019). Terhadap Keputusan Bertransaksi Pelanggan E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu dan Teknologi Rekayasa*, 1(1), 28–34. <https://doi.org/10.31962/jiitr.v3.i1.13>

- Putri, C. N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Citra Bangun Deltareksa*. 5(November), 94–101.
- Rahayu, A. (2020). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pembersih wajah garnier di kota batam. *Manajemen*.
- Rozieqy Ahmad, R. A. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Kualitas Informasi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Shopee.co.id (Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA)*. 46–56.
- Satria, A. (2021). *Pengendalian Kualitas Produk Oral Health Care (OHC) Pada PT Amtek Engineering Batam*.
- 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), 1–8.
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia. *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp111-119>
- Siti Lam'ah Nasution, Christine Herawati Limbong, D. A. R. (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). *jurnal ecobisma*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Suhairi, D. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Honda Autobest Bandung. *Media Bina Ilmiah*, 14(3), 2539–2548.
- Susanto, D. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Harga Terhadap Minat Belanja Online Dedi Susanto Akademi Komunitas Dharma Bhakti Bangka. *EM Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 8(1), 48–58.
- Tanjaya, S. C., Mananeke, L., & Tawas, H. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi,

Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4), 4935–4944.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.25701>