

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, R. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 54–60. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.117>
- Alfitroch, U. A., Farida, E., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Iklan, Promo Gratis Ongkos Kirim, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Belanja Online (Studi Kasus pada Warga RT 8 Kelurahan Karangbesuki Kota Malang). *E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(14), 71–78. Retrieved from <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15661>
- Ali, H., & Widodo, A. (2022). Determinasi Komunikasi Pemasaran: Analisis Iklan, Personal Selling dan Public Relation. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 796–804. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1142>
- Almanda, W., & Siagian, M. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Mamakael Berniaga Sejahtera. *ECo-Buss*, 5(1), 133–145. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i1.330>
- Amrullah, & Yulihardi. (2020). Pengaruh Iklan dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis pada Mahasiswa Fkip Universitas Bung Hatta Padang. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(2), 118–126. Retrieved from <https://ekobis.stieriau-akbar.ac.id/index.php/Ekobis/article/view/274>
- Azhari, S. A., Warneri, & Okianna. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Online Shop pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Di Shopee. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 10(6), 1–8. Retrieved from <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/47273>
- Baharuddin, Said, H. A., Sari, I., Syam, F. O., Anugerah, T., & Fatimah, P. I. (2022). Pengaruh Persepsi dan Kepercayaan terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Stiem Bongaya. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 5(1), 33–54. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v5i1.46>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.; H. Upu, Ed.). Makassar: Global Research And Consulting Institute. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/334957485>
- Databoks. (2022, July 6). Survei Jakpat: Shopee Rajai Penggunaan Live Shopping di Indonesia. Retrieved December 18, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-indonesia>
- Databoks. (2022, July 19). Pengguna TikTok Terus Bertambah sampai Kuartal I 2022. Retrieved December 18, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/pengguna-tiktok-terus-bertambah-sampai-kuartal-i-2022>
- Erlangga, H., Nurjaya, Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 464–472. Retrieved from

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jiper/article/view/13383>

- Fatimah, S., & Hidayati, A. N. (2022). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *Jurnal Ekonomika*, 6(2), 298–314. <https://doi.org/10.37541/ekonomika.v6i2.753>
- Febrian, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Lembur Batik. *Ekono Insentif*, 13(1), 41–55. <https://doi.org/10.36787/jei.v13i1.86>
- Fitria, I. J., & Qurohman, T. (2021). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Smartphone Oppo. *Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 18(1), 26–37. <https://doi.org/10.54783/portofolio.v18i1.207>
- Geisfarad, H. (2022). Pengaruh Jingle Iklan Gulaku terhadap Brand Awareness Audience Ibu-Ibu Arisan Komplek Meruya – Jakarta Barat. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 54–61. Retrieved from <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/km/article/view/499>
- Haryoko, U. B., & Febriyanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Bebenito Group Tangerang Selatan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(1), 78–95. <https://doi.org/10.32493/drj.v3i1.4291>
- Indayani, L., Sumartik, Hanum, G. R., Adinda, T. P., & Viranti, A. E. (2022). E Service Quality, Trust and Satisfaction on Consumer Loyalty at Hospital: *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 3, 1161–1165. <https://doi.org/10.21070/pssh.v3i.243>
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web dan Harga terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Jayanti, R. D., & Hidayati, N. (2022). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Switching Cost Sebagai Variable Mediasi. *Jurnal Ekuivalensi*, 8(1), 14–28. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.653>
- Kuswanto, & Vikaliana, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 6(2), 159–172. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i2.431
- Magdalena, M., & Winardi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Roti CV. Rima Bakery di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 4(1), 55–70. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i1.217>
- Marpaung, F. K., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 49–64. Retrieved from <https://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/134>
- 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–

150. <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i2.348>
- Mulyawan, I., Saefuloh, D., Wijaya, H., & Rafdinal, W. (2020). Sikap Pada Iklan Media Sosial Instagram dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Pembelian Pada Generasi Y dan Z. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 6(3), 143–153. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v6i3.2248>
- 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), 156–167. Retrieved from <https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/jik/article/view/166>
- Pratama, S. A., & Permatasari, R. I. (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur dan Kompetensi terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor Pt. Dua Kuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(1), 38–47. Retrieved from <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/ilmiahm-progress/article/view/600>
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Ud Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 121–134. Retrieved from <https://jurnalbisnismahasiswa.com/index.php/jurnal/article/view/11>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Tangerang: Pascal Books.
- Purba, N. M. B., & Khadijah. (2020). Analisis Tingkat Pendidikan, Skala Usaha, Pendapatan Usaha dan Pengalaman Usaha terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi pada Pelaku Umkm di Kota Batam. *Jurnal Mutiara Akuntansi*, 5(2), 79–87. Retrieved from <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/jma/article/view/1355>
- Sabrudin, D., & Suhendra, E. S. (2019). Dampak Akuntabilitas, Transparansi dan Profesionalisme Paedagogik terhadap Kinerja Guru di Smkn 21 Jakarta. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 4(1), 38–52. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v4i1.12848>
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1), 1–11. Retrieved from <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/knema/article/view/8293>
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184. <https://doi.org/10.54783/mea.v5i3.1573>
- Shiyamy, A. F., Rohmat, S., & Sopian, A. (2021). Analisis Pengendalian Kualitas Produk dengan Statistical Process Control. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(2), 45. <https://doi.org/10.15575/jim.v2i2.14377.G6161>
- Silaban, S. D., & Hikmah. (2020). Pengaruh Kualitas, Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Pt. Putera Karyasindo Prakarsa. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 5(2), 75–84. Retrieved from <https://www.makarioz.sciencemakarioz.org/index.php/jim/article/view/152>

- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.; Ayup, Ed.). Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyanti, A. D., & Ferdian, A. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan Pt.Wijaya Karya Beton Tbk, Ppb Boyolali. *Jurnal Daya Saing*, 6(2), 198–204. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v6i2.506>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2nd ed.; Sutopo, Ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suhandi. (2020). Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 6(2), 75–79. Retrieved from <http://journal.stiem.ac.id/index.php/jurman/article/view/605>
- Sukendro, G., Loisa, R., & Yoedtadi, M. G. (2020). *Buku Ajar: Manajemen iklan* (1st ed.; L. S. SU & R. Oktavianti, Eds.). Jakarta.
- Syaifullah, & Agustino. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Product Knowledge terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Pt Long Time. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 627–636. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/28032>
- Wahab, A., & Mangkuto, I. J. (2020). Analisis Strategi Iklan di Media Sosial Untuk Meningkatkan Efektifitas Penjualan (Studi Kasus: PT Wieda Sejahtera). *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 3(3), 81–90. <https://doi.org/10.36782/jemi.v3i3.2102>