DAFTAR PUSTAKA

Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiolan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, *4*(4), 1–22.

Adiyanta, F. C. S. (2019). Laporan penggunaan MKJP tahun 2018-2019. *Adminitrative Law & Governance Journal*, *2*(4), 697–709.

Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, *8*(1), 17. https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712

Al-Azwi, N. M., & Rohmah, S. (2019). Pengaruh Kompetensi Spiritual terhadap Kedisiplinan Siswa di Lingkungan Sekolah. *IQ (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam*, *2*(02), 189–201. https://doi.org/10.37542/iq.v2i02.32

Amin, A. M., & Hendra. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada.co.id. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *1*(1), 78–96. http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

Anjani, K. P. D., & Wimba, I. G. A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Warisan Eurindo Di Dalung, Kerobokan, Kedonganan. *Widya Amrita*, *1*(1), 115–125. https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1155

Azmi, F. N., & Sudaryana, A. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, E-service Quality, Online Consumer Reviews dan Online Trust Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Jurnal Akmenika*, *18*(2), 1–18.

Barusi, A. R. El. (2020). Exploring islamic characters ad akademic stress in learning during COVID-19 pandemic. *Batusangkar International Conference V*, *2020*, 227–238.

Batubara, M., Silalahi, P. R., Sani, S. A., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *4*(5), 1327–1342. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931

Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, *7*(2), 77–83.

Dewi, nia safitri, & Prabowo, rokh eddy. (2018). "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik

Di Kota Semarang). *Prosiding SENDI_U 2018*, *2016*, 711.

Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *JURNAL ILMIAH MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *4*(3), 702–714. https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/download/571/248

Erlangga, H., Nurjaya, N., Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani, J. (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. https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i4.13383

Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, *16*(1), 21. https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3

Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *9*(2), 239–250.

Hasdani, Nasir, M., & Burhanuddin, B. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, *1*(3), 187–196. https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JMS/article/view/614

Intaha, A. M., Saputra, Y. M., & Mulyana, M. (2020). Pengaruh Media Pembelajaran Poster dan Video Terhadap Penguasaan Keterampilan Pencak. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, *20*(2), 145–153. https://doi.org/10.17509/jpp.v20i2.20212

Janna, N. M. (2020). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. *Artikel : Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar*, *18210047*, 1–13.

Kurniawan, A., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh media sosial, harga, kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian online. *Jebdeker*, *2*(1), 10–18.

Mahmudah, & Rahmatika. (2021). *DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING 2020 (Studi Kasus Nasabah BRI KC Semarang)*. *6*(2), 419–441.

Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Ake Maumbi. *J.J. Rotinsulu 314 Jurnal EMBA*, *9*(4), 314–323.

Maulana, T. M. M., & Nasir. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, *6*(2), 368–384.

Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggang Noach Cafe and Bistro. *Agora*, *7*(2), 1–5.

Novianti, F., & Purba, T. (2022). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Tiban Ciptaland Batam. *Jurnal Ekuivalensi*, *8*(1), 57–67. https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.647

Novirsari, E. (2019). Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt . Himalaya Drug Company. *Manajemen, STIE TRICOM*, *12*(2), 101–111.

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. https://doi.org/10.30998/jabe.v6i3.4934

Nurfadila, B., & Rustam, T. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Trans Retail. *Ilmiah Kohesi*, *4*(3), 155.

Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *5*(1), 11. https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384

Pane, N. D. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jurnal Manajemen Tools*, *9*(1), 1–13.

Purba, T. (2021). *Analisis Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Holland Bakery*. *1*(1).

Ramadhan, P. R., Batubara, S. S., & Zakwan, Z. (2019). Analisis Determinan Expected Return pada Perusahaan LQ-45 Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, *19*(2), 171–182. https://doi.org/10.30596/jrab.v19i2.4751

Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, *1*(2), 66. https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293

Sandora, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, *11*(3), 290–310. https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.288

Sari, F. P., & Hawignyo. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pebelian Onine Shop Tokopedia. *Business and Accounting*, *4*(2), 756. https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/1986

Sari, R. F., Sutiana, E. P., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Potongan Harga dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompet Digital Shopeepay. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *9*(2), 480–485.

Solihin, S., & Zuhdi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Informatika Kesatuan*, *1*(1), 13–22. https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.403

Sopini, P., Irwansyah Siregar, A., & Zebua, S. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Trona Supermarket Jambi Townsquare (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *2*(6), 874–884. https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.656

Sudarwanto, Y., Lukitaningsih, A., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada (Studi Kasus Pada Masiswa Fakultas Ekonomi Ust). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, *14*(02), 337–345.

Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal of Management Review*, *4*(1), 447–455.

Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan promosi terhadap proses Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, *Vol.26*(2), 146–154.

Tanjaya, S. C., Maneke, 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.

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.

Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA*, *6*(4), 2058–2067.

Wijoyo, H., & Girivirya, S. (2020). Pengaruh Sekolah Minggu Buddha (Smb) Terhadap Perkembangan Fisik-Motorik Peserta Didik Di Smb Sariputta Buddhist Studies Pekanbaru. *Jurnal Maitreyawira*, *1*(1), 39–52. https://maitreyawira.e-journal.id/jm/article/view/18

Yulianto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, *1*(2), 168–172. https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/244

Yuyun, S., & Darmawati, T. (2020). Pengaruh Karakteristik Individu dan Karakteristik Pekerjaan Terhadap Komitmen Organisasi Karyawan Pada

PDAM Lematang Enim Kabupaten Muara Eni. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, *17*(3), 284. https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i3.4852