

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry, H. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1.
- Anggraini, S. F., Nasution, Z., & Simanjuntak, D. (2022). Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Khanza Aeknabara. *Jurnal Manajemen Informatika Komputer, Volume 6*, 408–417.
- Bakhtiar. (2021). *Secara Online Pada Pengguna Media Sosial Facebook Di Kecamatan Arut Selatan Kotawaringin Barat*. 9(2), 83–92.
- Christina, Y., & Purba, T. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maxtea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha Yuki. *Eco-Buss*, 20(1), 105–123.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. DEEPUBLISH.
- Elsyananda, M., Basalamah, M. R., & Normaladewi, A. (2019). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Konsumen. *E-Journal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 29–38.
- Ersada, E. B. (2020). Analisis Keamanan, Kemudahan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Belanja Online Shopee Pada Mahasiswa UNPAB. *Jurnal Adhum, December*, 1–6.
- Ghozali. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dan Kepuasan Pengguna E-Money Berbasis Aplikasi Pada Aplikasi Go Pay*. Dspace.Uii.Ac.Id.
- Hendra, A. M. A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada.Co.Id (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Pelita Indonesia). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), ISSN 2527-8223.
- Hidayat, R. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Barang Outdoor Oleh Konsumen Pada Toko Cartenz Cabang Jember. *Repository.Unej.Ac.Id*.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*.
- Irvania, D., & Endah Lisarini, R. M. (2022). Pengaruh Kemudahan, Iklan Dan Cara Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Akeh Sambal Di Tokopedia. *Jurnal Agrita*, 4(1).
- Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik). *Jmm17*, 5(01).
- Kuspriyono, T., & Meikarta, P. A. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. *Cakrawala*, XVIII(1), 59–66.

- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. DEEPUBLISH.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)E-ISSN 2723-424X*
- Lutfi. (2020). *Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. 10–25.
- 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.
- Mukhid, A. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. CV. Jakad Media Publishing.
- Prameswari, A. (2019). The Effect Of Brand Image On Customer Satisfaction In Pizza Hut Alam Sutera (Quantitative Study On Bina Nusantara University Student Batch 2018-2021). *International Journal Of Scientific And Technology Research*, 8(8), 346–351.
- Priyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif (Edisi Revisi)*. Zifatama Publishing.
- Retno Putri, E., & Rohana, T. (2019). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Cahaya Jaya Abadi Mandiri Kota Langsa. *Civitas : Jurnal Studi Mananajemen*, 1(1), 32–37.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. DEEPUBLISH.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. DEEPUBLISH.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (6th Ed.). Salemba Empat.
- Septiani, I. T., & Widayatsari, A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Fashion Shopie Paris Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(2), 287.
- Sudirman, A., Efendi, E., & Harini, S. (2020). Kontribusi Harga Dan Kepercayaan Konsumen Untuk Membentuk Kepuasan Pengguna Transportasi Berbasis Aplikasi. *Journal Of Business And Banking*, 9(2), 323.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Viola De Yusa, A. L. H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Dalam Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Rivero Di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, 12(1), 69–80.
- Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. H. M. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R N D)*. Yayasan Pondok Pesantren.