

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung*. 16.
- Asiati, D. I. ; M. H. A. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kepercayaan Terhadap Pembelian Online*. 18.
- Caswen, Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Di Kota Batam*.
- Djaali, H. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Fitri, N. A., Mananda, S., & Sagita, P. A. W. (2020). Pengaruh Harga, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat melalui Mobile Application Garuda Indonesia. *Jurnal IPTA*, 8(1), 131–142.
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Kemudahan, Kpercayaan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian pengguna Dompot Digital OVO di Surakarta. *Journal of Management (SME's)*, 11(1), 19–29.
- Magfira, N. (2019a). *Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian Kepada Aplikasi Shopee*.
- Magfira, N. (2019b). *Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee (Studi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makasar)*.
- Maharama, A. R. ; N. K. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. 19.
- Maharama, A. R., & Noor, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek di Kota Semarang yang Dimediasi Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *EKOBIS*, 19, 203–213.

- Putra, R. (2021). *DETERMINASI KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 2.
- Rahayu, S. A. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Informasi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online Di Magelang Melalui Aplikasi Shopee*.
- Roflin, E. I. A. L. P. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*.
- Rustam, S. T. A. (2022). *PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP SECARA ONLINE OLEH MAHASISWA DI KOTA BATAM*. 4.
- Sanjaya, S. (2017). *PENGARUH PROMOSI DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. SINAR SOSRO MEDAN*. 16.
- Saputra, A. M. (2017). *PENGARUH PERSONAL SELLING, SALES PROMOTION DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SUPERINDO KARYA GEMILANG BATAM*.
- Sari, D. P. (2022a). *Pengaruh Kepercayaan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia di Kota Batam*.
- Sari, D. P. (2022b). *Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Batam*.
- Sari, S. P., Sari, M. K., & Dahen, L. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Sikap Konsumen dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di CV. Hayati Cabang Pesaman Barat (Studi Kasus di Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Barat). *Journal of Economic and Economic Education*, 5(2), 167–178.
- Shelly, & Sitorus, D. H. (2016). *Pengaruh Brand Image, Brand Quality, Brand*

Trust terhadap Brand Loyalty pada Produk Merek Philips. 1–10.

Sitorus, D. H. ; S. (2018). *PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND QUALITY, BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PADA PRODUK MEREK PHILIPS.*

Sugiarto. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis.*

Sugiyono. (2018). *Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word Of Mouth Dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian.*

Syaifullah, H. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT CITRA MANDIRI DISTRIBUSINDO. 4.*

Tampubolon, L. L. (2021). *Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Jasa Maxim di kota Batam.*

Tirtayasa Satria, Anggita Putri Lubis, H. K. (2021). *Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. 5.*

WANDI, D., Adha, S., & Asriyah, I. (2019). *PENGARUH KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA BADAN PENANGGULANGAN BENCANA DAERAH (BPBD) PROVINSI BANTEN Didi. Ekonomi Vokasi, 2(2), 18–30.*

Wijaya, I. G. N. S., Pratami, N. wayan C. A., Muryatini, N. nyoman, & Yasa, I. G. D. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Persepsi Resiko, Kepercayaan Pelanggan, dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. E-Jurnal Manajemen, 11(1), 190–209.*

Wiyono, gendro. (2020). *MERANCANG PENELITIAN BISNIS dengan alat analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8 EDISIKEDUA. UPP STIM YKPN.*