

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, W. E. (2012). *Aplikasi Praktis Spss Dalam Penelitian*. Gava Media.
- Armansyah, A., Azis, I., & Evvy Rossanty, N. P. (2018). Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Bpjs Kesehatan Cabang Palu. *Ilmu Manajemen Universitas Tadi=Ulako*, 4(3), 235–244.
- Drs. Sunyoto Danang. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta Caps.
- Fhonna, R. A., & Sorayanti Utami. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keterlibatan Keputusan Pembelian Dan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Konsumen Shopee Di Universitas Syiah Kuala. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* (Vol. 3, Issue 3, Pp. 20–32).
- Hermansyur, H. M., & Aditi, B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek ,Harga, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 32–43.  
[Http://Pusatdata.Kontan.Co.Id](http://Pusatdata.Kontan.Co.Id)
- Indah Sari, D., & Raymond. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Matahari Department Store*. 1(Vol. 1 No. 2 (2019): Volume 1 No 2 2019), 1–10.
- Indrawati, I. (2017). *Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia (Di Juanda Airport Surabaya)*. 1–14.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34.  
<https://doi.org/10.9744/Pemasaran.14.1.25-34>
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140.  
<https://doi.org/10.30737/Ekonika.V5i2.1097>
- Laely, N., Djunaedi, D., & Rosita, D. (2020). Pengaruh Customer Relationship Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan : Studi Konsumen Mcdonald's Kediri. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 224.

<https://doi.org/10.30737/ekonika.V5i2.1129>

- Lantara, A. A. M. O., & Pramudana, K. A. S. (2020). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 218. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I01.P12>
- Lia, E., Kore, R., Lamalewa, F., & Mulyaningsih, A. (2018). The Influence Of Promotion, Trust, And Convenience To Online Purchase Decisions. In *International Journal Of Mechanical Engineering And Technology (Ijmet)* (Vol. 9, Issue 10).
- M. Amin, A., & Hendra. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada.Co.Id. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 1, Issue 1).
- Marlina, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Pada Pengguna Motor Honda Vario Di Kecamatan Muara Bulian). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18(1), 116. <https://doi.org/10.33087/Jiubj.V18i1.439>
- Mayang Sari, S., Jushermi, & Marhadi. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Mandiri Tunas Financepekanbaru. *Jom Fekon*, 4(2), 3389–3399.
- Meliana, Sulistiono, & Setiawan, B. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(3), 247–254.
- Nasir, A. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Pelajar Kampung Inggris Pare-Kediri). *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 63. <https://doi.org/10.30737/ekonika.V4i1.328>
- Nasiroh, N., & Widodo, U. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Kebijakan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Konsumen Di Matahari Departemen Store Tbk) Effect Of Product Quality, Price And Promotion Policy On Purchase Decision (Case Study On Consumers In Matahari*. 69–87. <http://industri.bisnis.com>

- 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), 149–155.
- Rachmayanti, I., & Utami Ady, S. (2018). Kualitas Produk Sebagai Variabel Pemicu Utamakeputusan Pembelian Susu Formulasgmeksplora Di Kota Surabaya. *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 29–43. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25139/Ekt.V2i1.722>
- Rahma Yunita, N., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Onlinedi Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3(1), 90–105.
- Raka, M., & Sutrisna, K. (2019). Pengaruh Pelaksanaan Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Konsumen Pada Perumahan Ptrafindo Mutiara Abadi(Kasus Hunian Perumahan Mutiara Tenayan Rayapekanbaru). *Jom Fisip*, 6(2), 1–14.
- Rozaili, & Zulkifli. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desainterhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotoryamaha N-Max. *Jrr*, 1(1), 21–28.
- 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>
- Sanusi. (2011a). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sanusi, A. (2011b). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Satriyono, G. (2019). Pengaruh Family Types, Family Stages Dan Household Decision Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Mobil Keluarga Di Kota Kediri. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 77. <https://doi.org/10.30737/Ekonika.V4i1.329>
- Sinambela, L. P. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Graha Ilmu.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- 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.
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Pt. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 35. <https://doi.org/10.35797/Jab.9.3.2019.25129.35-43>
- Ulfa, R. (2019). Variabel Penelitian dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathona: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1(1), 342–351.
- Widiastuti, Saiful Bahri, & H. (2020). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasiendi Rsud Tongas Kabupaten Probolinggo. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 16(2), 338–404. <https://doi.org/10.31967/Relasi.V16i2.368>
- Widowati, M., & Purwanto, A. B. (2014). Influence Of Service Quality And Location Against Purchase Decision With Visual Merchandising As Moderating Variable (Study On Minimarket Alfamart Semarang). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Visual Marchandising Sebagai Variabel Moderating*, 9(1), 65–80.
- Winata, W., & Evyanto, W. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Di Kota Batam*. 1–8.
- Wirya Pranata, C., Sherlly, Vincent, & Fitriano, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Forum Ekonomi*, 23(2), Undefined-339. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/forumekonomi>
- Yuli, & Marpaung, H. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Online, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Miniso Di Asahan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Una)* (Pp. 1–12).