

## DAFTAR PUSTAKA

- Ari, M. Y., Fanggidae, R. E., Dhae, Y. K. I. D. D., & Fanggidae, A. H. J. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Bekas Di Kota Kupang (Studi Pada Mahasiswa/i Universitas Nusa Cendana). *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(2), 335–347. Retrieved from <https://ejournal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/10286/5130>
- Danar, F. E. (2020). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Lembu Sakti Futsal Kebumen). *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 1(1), 1–13.
- Evalina, Yoeliastuti, & Sugianto, E. (2022). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Merk Terhadap Minat Beli Pada Layanan Pesan Antar Online Go Food. *JURNAL ILMIAH PUBLIKA*, 10, 73–78.
- Fahrozi, R., Rahmawati, D., Muldani, V., & Saddam, M. (2022). The Influence of Online Customer Review on Trust and Its Implications For Purchasing Decisions on The Tokopedia Marketplace. *Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah Dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 9(1), 217–228.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS* (9th Ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, M., & Sujianto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Display Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Multy Pet Shop Talun Blitar. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1.
- Hanafi, M. I. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Beli Via Media Online Butuhbaju.Com. *Performa*, 4(6), 921–932. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i6.1717>
- Harto, B. R., & Munir, Z. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Shopee. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*, 9(1), 89–98. Retrieved from <https://ejournal.stmikgici.ac.id/index.php/jursima/article/view/256>
- Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). *Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Alfamart Kayubulan*. 10(1), 63–85. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.332>
- Kement, Ü., Güçer, E., Çavuşoğlu, S., & Demirağ, B. (2021). Investigating the Effect of Customer Experience, Perceived Value, and Customer Satisfaction on Environment-Friendly Behavior. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 5(2). <https://doi.org/10.28992/ijSAM.v5i2.210>
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & He, H. (2019). *Principle Of Marketing* (8th Europe). New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Luna, G. C., & Sudarusman, E. (2023). Pengaruh Keamanan, Convenience Risk, dan Persepsi Risiko Produk terhadap Minat Beli Online pada Situs Jual Beli Shopee. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah ...*, 3(2), 189–206. Retrieved from <https://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/download/344/172>

- Meilani, & Siagian, M. (2022). Pengaruh Disiplin Kerja dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Sat Nusapersada Tbk. *Eco-Buss*, 4, 13.
- Mulyono, M. A., & Aji, S. (2020). Pengaruh Display dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Zoya Kosmetik Gresik. *JEK-(Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif)*, 5(2), 63–71. Retrieved from <https://journal.stienugresik.ac.id/index.php/jek/article/view/28/20>
- Nurhayati, A., & Nurhalimah, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Saung Manglid. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 1–5. <https://doi.org/10.34308/eqien.v6i2.93>
- Purwanza. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi* (A. Munandar, ed.). Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Rahmadana, N. M. S. (2016). Pengaruh Display Produk Dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif Di Minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda. *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 683–697. Retrieved from <http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id>
- Ricadonna, N. A., Saifullah, M., & Prasetyoningrum, A. K. (2021). The Effect of Trust and Brand Image on Customer Retention with Customer Loyalty as Intervening Variables to Customers of Sharia Commercial Banks. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 25(2), 311–323. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i2.5145>
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (7th ed.; Dedy, ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Saripudin, S., & Faihaputri, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Di E-Commerce Jd.Id). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 1200–1210. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2765>
- Sarjita, S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Situs Olx. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(1), 69–82. Retrieved from <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/90/103>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tanzeh, A., & Arikunto, S. (2020). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 22–34.
- Zebua, I. S. U., & Syahriza, R. (2022). Pengaruh Personal Selling Terhadap Minat Beli Calon Nasabah Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus Pada PT. Sunlifer Financial Cabang Medan). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 10(2), 155–160.