

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, G. N., Nisha, A. N., & Ridwan, M. (2021). SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE FAIRNESS IMPACT ON THE CUSTOMER STATISFACTION AND LOYALTY TOWARDS GRAB BIKE. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(3). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *JURNAL MANAJEMEN*, 12.
- Aneni, N. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesy.v4i1.331>
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *Education Journal*, 2.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14.
- Anjani, K. P. D., Wimba, I. G. A., & Yoga, G. A. D. M. (2021). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT.WARISAN EURINDO DI DALUNG, KEROBOKAN, KEDONGANAN. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1.
- Anugrah, I. B., Nurfarida, I. N., & Sarwoko, E. (2021). *Determinan keputusan pembelian di Shopee: online customer review, brand image dan promosi*. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5554>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4.
- Cahya, A. D., & Prabowo, R. E. (2023). *The Influence Of Promotions, Online Consumer Reviews, And Brand Image On Purchasing Decisions (Study On Shopee E-Commerce Users In Central Java)*. 4, 5667–5677. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Camelia, M., & Hartono, B. (2021). *CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS BS COFFEE & DONUTS)*. 15.
- Chourudin, F. M., & Rahmasari, S. N. (2021). Tingkat Cakap Tanggap Peserta Didik dalam Perangkat Google Classroom Selama Pembelajaran Daring. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, 1.
- Dhewy, R. C. (2022). PELATIHAN ANALISIS DATA KUANTITATIFUNTUK PENULISAN KARYA ILMIAH MAHASISWA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
- El-Said, O. A. (2020). *Impact of online reviews on hotel booking intention: The moderating role of brand image, star category, and price*. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100604>
- Falihah, N., Siti, A. E., Kusdi, R., & Andriani, K. (2023). ONLINE

- RESERVATION SYSTEM AND ONLINE CUSTOMER REVIEW: ITS IMPACT ON BRAND IMAGE, TRUST AND HOTEL BOOKING DECISION. *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research(IJEBAR)*, 5(4). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik(JIPH)*, 1. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jiph%0A>
- Freddy Pandapotan Simbolon, Elvira Rossi Handayani, & Menik Nugraedy. (2020). The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car. *Binus Business Review*, 11.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ginting, Y. M., Chandra, T., Miran, I., & Yusriad, Y. (2023). Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *Nternational Journal of Data and Network Science*. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.10.001>
- Hakim, L. L. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Customer Perceived Value Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4, 81–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i3.7921>
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2022). *Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee*. 9.
- Ilmiah, K., & Krishernawan, I. (2020). *PENGARUH ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI MOJOKERTO*. 9. <https://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Kusuma, L. M., Wipudiari, M. B., Enshito, K. S. R., & Jahja, A. S. (2023). PENGARUH INFLUENCER, USER GENERATED CONTENT, BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK SKINTIFIC DI MEDIA SOSIAL TIKTOK. *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.59066/jmae.v2i2.373>
- Priyanto, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Mediakom.
- Rahma, M. A. (2020). Brand Image, eWOM, Trust and Online Purchase Intention of Digital Products among Malaysian Consumers. *International University of Business Agricultural and Technology (IUBAT)*, XII(III).
- Ramadhana, R., & Ratumbuysang, M. F. N. G. (2022). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee: Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace. *Prospek*, 1(1), 157–166.
- Ristanto, H., Ristanto, H., & Catur. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang)*. 6, 58–71.
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (2021). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER*

REVIEW TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SHOPEE.

- Sari, A. C. M., & Lestariningsi, M. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajeme*.
- Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Pengguna Situs BukaLapak di Kota Semarang)*.
- Sikteubun, M. R., Dirgantara, I. M. B., & Nurdianasari, R. (2022). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, PERCEIVED PRICE, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP PURCHASE INTENTIONS PADA PRODUK PRIVATE LABEL. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11.
- Simamora, V., & Maryana, D. (2023). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI TOKOPEDIA DIMODERASI OLEH KUALITAS PRODUK*. 6.
- Sinaga, D. Y., & Sukat, I. (2023). *Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow di Kota Batam*. 6.
- Siregar, Y. S., Darwis, M., Baroroh, R., & Andriyani, W. (2022). Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, 2. 10.56972/jikm.v2i1.33
- Solihi, D. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. 4.
<https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Solihin, D., Ahyani, & Setiawan, R. (2021). The Influence of Brand Image and Atmosphere Store on Purchase Decision for Samsung Brand Smartphone with Buying Intervention as Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Stefanus, T. A., & Loisa, R. (2022). PENGARUH SELEBGRAM ENDORSER, ONLINE CONSUMER REVIEW, DAN BRAND IMAGETERHADAP MINAT BELI (STUDI KASUS PADA BRAND BYOOTE). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 6, 600–605.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i6.20662>
- Sudirjo, F., Ratnawati, Hadiyati, R., Sutaguna, I. N. T., & Yusuf, M. (2023). THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS AND E-SERVICE QUALITY ON BUYING DECISIONS IN ELECTRONIC COMMERCE. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 1.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2016). *Metode Penelitian*. <https://doi.org/Alfabeta>, Bandung
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. ALFABETA.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (1st ed.). PUSTAKABARUPRESS.
- Sumadi, Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasar, D. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Naughti Hijab Store)*.
- Sumadi, Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Tampubolon, A., & Adlina, H. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Pada Konsumen Mie Gacoan Medan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi & Manajemen*, 5, 67–86.
- Wijaya, G. E., & Kuswoy, C. (2022). *Pengaruh kemenarikan desain website dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee*. 6. <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/jibm>
- Yusuf, Tiauw, A., Amin, M., & Mustamin, H. (2020). *Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Celebrity Endorsement, Kualitas Produk Dan Citra Merek*. 1(1), 58–68.
- Achmad, G. N., Nisha, A. N., & Ridwan, M. (2021). SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE FAIRNESS IMPACT ON THE CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY TOWARDS GRAB BIKE. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(3). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *JURNAL MANAJEMEN*, 12.
- Aeni, N. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *Education Journal*, 2.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). KONSEP UMUM

POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14.

- Anjani, K. P. D., Wimba, I. G. A., & Yoga, G. A. D. M. (2021). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. WARISAN EURINDO DI DALUNG, KEROBOKAN, KEDONGANAN. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1.
- Anugrah, I. B., Nurfarida, I. N., & Sarwoko, E. (2021). *Determinan keputusan pembelian di Shopee: online customer review, brand image dan promosi*. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5554>
- Anwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4.
- Cahya, A. D., & Prabowo, R. E. (2023). *The Influence Of Promotions, Online Consumer Reviews, And Brand Image On Purchasing Decisions (Study On Shopee E-Commerce Users In Central Java)*. 4, 5667–5677. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Camelia, M., & Hartono, B. (2021). *CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS BS COFFEE & DONUTS)*. 15.
- Chourudin, F. M., & Rahmasari, S. N. (2021). Tingkat Cakap Tanggap Peserta Didik dalam Perangkat Google Classroom Selama Pembelajaran Daring. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, 1.
- Dhewy, R. C. (2022). PELATIHAN ANALISIS DATA KUANTITATIF UNTUK PENULISAN KARYA ILMIAH MAHASISWA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*
- El-Said, O. A. (2020). *Impact of online reviews on hotel booking intention: The moderating role of brand image, star category, and price*. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100604>
- Falihah, N., Siti, A. E., Kusdi, R., & Andriani, K. (2023). ONLINE RESERVATION SYSTEM AND ONLINE CUSTOMER REVIEW: ITS IMPACT ON BRAND IMAGE, TRUST AND HOTEL BOOKING DECISION. *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(4). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jiph%0A>
- Freddy Pandapotan Simbolon, Elvira Rossi Handayani, & Menik Nugraedy. (2020). The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car. *Binus Business Review*, 11.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ginting, Y. M., Chandra, T., Miran, I., & Yusriad, Y. (2023). Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer

- satisfaction mediation. *Nternational Journal of Data and Network Science*.
<https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.10.001>
- Hakim, L. L. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Customer Perceived Value Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4, 81–86.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i3.7921>
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2022). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. 9.
- Ilimiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). PENGARUH ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI MOJOKERTO. 9.
<https://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Kusuma, L. M., Wipudiari, M. B., Enshito, K. S. R., & Jahja, A. S. (2023). PENGARUH INFLUENCER, USER GENERATED CONTENT, BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK SKINTIFIC DI MEDIA SOSIAL TIKTOK. *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 2.
<https://doi.org/https://doi.org/10.59066/jmae.v2i2.373>
- Priyanto, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Mediakom.
- Rahma, M. A. (2020). Brand Image, eWOM, Trust and Online Purchase Intention of Digital Products among Malaysian Consumers. *International University of Business Agricultural and Technology (IUBAT), XII(III)*.
- Ramadhana, R., & Ratumbusang, M. F. N. G. (2022). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee: Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace. *Prospek*, 1(1), 157–166.
- Ristante, H., Ristante, H., & Catur. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang). 6, 58–71.
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (2021). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SHOPEE.
- Sari, A. C. M., & Lestariningsi, M. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajeme*.
- Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Pengguna Situs BukaLapak di Kota Semarang).
- Sikteubun, M. R., Dirgantara, I. M. B., & Nurdianasari, R. (2022). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, PERCEIVED PRICE, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP PURCHASE INTENTIONS PADA PRODUK PRIVATE LABEL. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11.
- Simamora, V., & Maryana, D. (2023). PENGARUH ONLINE CUSTOMER

REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI TOKOPEDIA DIMODERASI OLEH KUALITAS PRODUK. 6.

- Sinaga, D. Y., & Sukat, I. (2023). *Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow di Kota Batam. 6.*
- Siregar, Y. S., Darwis, M., Baroroh, R., & Andriyani, W. (2022). Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, 2. 10.56972/jikm.v2i1.33
- Solih, D. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. 4.*
<https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Solihin, D., Ahyani, & Setiawan, R. (2021). The Influence of Brand Image and Atmosphere Store on Purchase Decision for Samsung Brand Smartphone with Buying Intervention as Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Stefanus, T. A., & Loisa, R. (2022). PENGARUH SELEBGRAM ENDORSER, ONLINE CONSUMER REVIEW, DAN BRAND IMAGETERHADAP MINAT BELI (STUDI KASUS PADA BRAND BYOOTE). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 6, 600–605.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i6.20662>
- Sudirjo, F., Ratnawati, Hadiyati, R., Sutaguna, I. N. T., & Yusuf, M. (2023). THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS AND E-SERVICE QUALITY ON BUYING DECISIONS IN ELECTRONIC COMMERCE. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 1.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2016). *Metode Penelitian.* <https://doi.org/Alfabeta>, Bandung
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Manajemen.* Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel.* ALFABETA.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (1st ed.). PUSTAKABARUPRESS.
- Sumadi, Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasar, D. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Naughti Hijab Store).*
- Sumadi, Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam.*

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>

- Tampubolon, A., & Adlina, H. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Pada Konsumen Mie Gacoan Medan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi & Manajemen*, 5, 67–86.
- Wijaya, G. E., & Kuswoy, C. (2022). *Pengaruh kemenarikan desain website dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee*. 6. <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/jibm>
- Yusuf, Tiau, A., Amin, M., & Mustamin, H. (2020). *Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Celebrity Endorsement, Kualitas Produk Dan Citra Merek*. 1(1), 58–68.