

DAFTAR PUSTAKA

- Andy Chandra, T. A. R. (2022). *Pengaruh Customer Rating, Pengiklanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kota Batam*. 1–19.
- Anggraini, N., & Sugiyanto, D. R. (2021a). Pemaknaan Bahasa Dalam Percakapan Pemain *Online Game*. *Communications*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/communications.4.1.1>
- Anggraini, N., & Sugiyanto, D. R. (2021b). Pemaknaan Bahasa Dalam Percakapan Pemain *Online Game*. *Communications*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/communications.4.1.1>
- Anwar, R. N., & Afifah, A. (2018). Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs *Online* (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen*, 9(1), 46. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v9i1.1316>
- Chandra, A., & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh customer rating, pengiklanan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee di kota batam. *Scientia journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Dharmawati, D., Cahyono, Y., Soessanto, D. R., & Suryani, P. (2022). *Peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Volume 16 no. 1*.
- Handayani, P. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 426–432. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i3.4801>
- Hariyanto Halila Titin, & Trisunarno Lantip. (2020). Analisis Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller* terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko *Online* di Shopee. *JURNAL TEKNIK ITS, Vol. 9, No. 2*(ISSN: 2337-3539).
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., Andrianto, M. S., & Syaefudin Andrianto, M. (2021). Pengaruh *Online Consumer Review dan Rating* terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada *E-Marketplace* Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, Volume 04, Nomor 04*.
- Karinina, S. T., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Promosi, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Lazada (Studi Kasus di Tiban Indah). *ECo-Buss, Volume 5, Nomor 3*.
- Leonard, M., & Arroisi, H. M. (2023). Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen, Volume.1, No.1*.
- Mardiana, D., Sijabat, R., & Artikel, I. (2021). Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen, Volume 6 No. 1*. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>

- Novita, D., & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, Vol. 6 No.3.
- Nurjanah, P., & Ikhsan, N. El. (2022). Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Pakaian Impor Bekas (Thrift) di Pasar Senen Jakarta Pusat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449–460.
- Purba, F. R., & Paramita, E. L. (2021). The Influence of eWOM and Customer Satisfaction on Purchasing Decisions. *International Journal of Social Science and Business*, 5(4), 578. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i4.40447>
- Putra, R. P., Rachmawati, I., Triwardhani, I. J., Komunikasi, I., & Bandung, U. I. (2023). Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Program Santripreneur Sirojul Huda. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 8(2), 289–303.
- Rahmawati, N. S., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen E-commerce Lazada di Wilayah Kota Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan (JPMPT)*, 1(1), 40. <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v1i1>
- Sandra Tria Karinina, T. A. R. (2023). Pengaruh Promosi, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Lazada (Studi Kasus di Tiban Indah). *The SAGE Dictionary of Social Research Methods*, 5(April), 831–843. <https://doi.org/10.4135/9780857020116.n162>
- Sari, N. E., & Oswari, T. (2020). Pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada toko online tokopedia. *Creative research management journal*, Volume 3 Nomor 2(ISSN 2621-1092).
- Siboro, R. M., & Suhardi. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan. *Ekuivalensi Jur Nal Ekonomi Bisni s*.
- Sijabat, M. &. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 29–40. <https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.5821>
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, V. A., Louis, V., & Johaness, T. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian baja pada pt suminsuryamesindolestari. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2872. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p20>
- Susanti, R., & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Batam Bangun Prahtama. *Ekuivalensi Jur Nal Ekonomi Bisni s*.
- Syeha Rahmawati, N., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen E-commerce Lazada di Wilayah Kota Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan*, 1(1), 40–53. <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v1i1.82>

Vidyanata, D. (2022). Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Model Application in Examining the Influence of Social Media Marketing on Purchase Decisions in the Healthcare Industry: the Mediating Role of Brand Trust. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(3), 651–667. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.03.14>