

DAFTAR PUSTAKA

- Adzhani Hammam, S., & Robert, E. K. (2021). THE EFFECT OF USER EXPERIENCE, BRAND IMAGE, AND TRUST ON PURCHASE DECISION IN SOCIAL COMMERCE FACEBOOK. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 15, 19. Diambil dari www.jatit.org
- Afrianti, F., & Oktawahyudi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pipa Merek Triliun pada Toko Fria Bangunan Hiang Kabupaten Kerinci. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 152–166. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.528>
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896–906. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p896-906>
- Akbar, R. F., & Arianti, M. (2021). Dampak Brand Image, Celebrity Endorsement dan E-WOM terhadap Keputusan Pembelian MS Glow For Men di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 20(3), 304–324. <https://doi.org/10.12695/jmt.2021.20.3.7>
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Fransisca. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(6).
- Anan, C., & Sukati, I. (2023). *PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PEMBELIAN PENGGUNA APLIKASI BUKALAPAK DI KOTA BATAM*.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Asnawi, A. ... Dwijosusilo, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Website (Webqual) terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api melalui Aplikasi KAI Access di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 7(1), 17–34. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v7i1.6550>
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>
- Batu, R. L. ... Sekaryahya, P. F. (2020). Pengaruh Harga dan Inovasi Layanan Aplikasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Taksi Express: Survei pada Pengunduh Aplikasi Express Taxis. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran*

- & *SDM*, 1(01), 1–22. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.6>
- CNN Indonesia. (2024). IPSOS: Shopee Live Pilihan Utama Brand Lokal & UMKM Jualan Online. Diambil dari CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240611204057-625-1108687/ipsos-shopee-live-pilihan-utama-brand-lokal-umkm-jualan-online>
- Damayanti, E. R., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(2), 162–176.
- Databoks. (2024a). Transaksi GoTo Rp606 Triliun pada 2023, Ini Segmen Bisnis Terkuat. Diambil dari Katadata Media Network website: <https://databoks.katadata.co.id/pasar/statistik/cd899afe6fecad5/transaksi-goto-rp606-triliun-pada-2023-ini-segmen-bisnis-terkuat#:~:text=PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk,on-year%2Fyoy>.
- Databoks. (2024b). Tren E-Commerce 2023, Kunjungan ke Shopee dan Blibli Meningkat. Diambil dari Katadata Media Network website: [ataboks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/f056a701023f0fe/tren-e-commerce-2023-kunjungan-ke-shopee-dan-blibli-meningkat](https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/f056a701023f0fe/tren-e-commerce-2023-kunjungan-ke-shopee-dan-blibli-meningkat)
- Diharto, A. K. (2022). *Manajemen Inovasi Dan Kreativitas* (T. G. M. Aksara, Ed.). Yogyakarta: Penerbit Gerbang Media Aksara.
- Djuko, N. S. ... Niode, I. Y. (2024). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shopee. *Journal Of Social Science Research*, 4 No. 3, 7235–7248.
- Fachry Fadhlurrohman, M. ... SBR, K. (2023). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Inovasi Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Matahari Department Store Grand Mall Bekasi. *Sains Manajemen : Jurnal Manajemen Unsera*, 9(1), 28–40. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i1.6686>
- Ghadani, A. ... Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.200>
- Hansel Agustinus, & Saortua Marbun. (2020). Pengaruh Kreativitas, Inovasi Dan Review Produk Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mephoto_Project. *Journal Research of Management*, 2(1), 58–67. <https://doi.org/10.51713/jarma.v2i1.35>
- Intan, R. ... Ulum, M. B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pelanggan Warung Sop Bang Rio Cabang Demang Lebar Daun – Palembang). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(1), 394–414.

<https://doi.org/10.47709/jebma.v4i1.3628>

- 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*, 5(3), 831–843. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.618>
- Kartika, E.-. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 2(1), 73–82. <https://doi.org/10.32815/jpro.v2i1.778>
- Nasution, S. L. ... Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Ningsih, F. R., & Besra, E. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online di Lazada (Survey Pada Konsumen di Kota Padang). *Jurnal Manajemen Strategik dan Simulasi Bisnis*, 3(2), 46–61. <https://doi.org/10.25077/mssb.3.2.46-61.2022>
- Nurlaila, N. ... Nurlinda. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome pada Witel Medan. *JAKP: Akuntansi, Keuangan dan Perpajakan*, 4(1), 33–43.
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Pasaribu, N. V., & Sitorus, D. H. (2024). The Influence Of Brand Image, Word Of Mouth, And Product Diversity On Purchasing Decisions For Benings Skincare Products In Batam City. *Jurnal Cafetaria*, 5, 337–345. <https://doi.org/https://doi.org/10.51742/akuntansi.v5i1.1214>
- Puji Hastuti, A. ... Ria Safitri, U. (2024). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Cabang di J&T Express di Boyolali Tahun 2022). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 12(1), 2024.
- Purnomo, E. C. (2024). Pengaruh Promotion Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mocacino Pada Toko Meisya Di Sampit. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297–3312.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater.

- Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Rapizo, U. ... Fithriya a, R. (2024). Pengaruh Inovasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Toko Rabbani Di Pekanbaru. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(3), 320–330. <https://doi.org/10.37476/jbk.v13i3.4734>
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- Solihin, I., & Sadeli, R. A. (2024). Pengaruh Inovasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Tokopedia di Kota Bandung (Studi Kasus pada Produk Berlabel Dilayani Tokopedia). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(1), 645. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1761>
- Solikhah, E. W., & Garad, A. (2024). Influence of E-Wom, Innovation, E-Trust, and Website Attractiveness on Purchase Decision. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 23(1), 19–37. <https://doi.org/10.12695/jmt.2024.23.1.2>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Suleman, D. ... Ariawan, J. (2021). The effect of product innovation on Samsung smartphone product purchase decisions through brand equity as intervening variable in the Tokopedia marketplace. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(5), 188–203. Diambil dari <https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/209>
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Sains Manajemen*, 6(1), 36–50. <https://doi.org/10.30656/sm.v6i1.2097>
- Top Brand. (2024). Top Brand Index Fase 2 2024. Diambil dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>