

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Adi, A. (2023). Pengunjung Shopee dan Blibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun.
- Adromeda, K. (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keragaman Produk Pakaian Via Online Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus pada mahasiswa belanja online pada FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta) (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah*).
- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. In *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (p. 96). Alfabeta., 2016.
<http://katalogdisperpusiprovsumut.perpusnas.go.id/detail-opac?id=98738>
- Ardiyanto, F., & Kusumadewi, H. (2018). Antecedent Intensi Belanja Pengguna Aplikasi/Website Toko Online Di Yogyakarta. *Wahana*, 21(2), 110–124.
<https://doi.org/10.35591/whn.v21i2.151>
- Arifin, F., Asiyah, S., & Mustapita, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada E - Commerce Shopee (Studi Kasus Pada FEB Angkatan 2017 Unisma). *Jurnal Riset Manajemen*, 106–116.
- Arifin, & Nasution, aulia arief. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Di Kpp Pratama Medan Belawan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 177–185.
- Armstrong, K., & Kotler, P. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall*. England: Pearson Education, Inc.
- Aksiomatik. (2019, Oktober 2). *Aksiomatik*. Diambil kembali dari <https://www.aksiomatik.web.id/2019/10/uji-validitas-menggunakankorelasi.html>
- Asiati, D. I. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kepercayaan terhadap pembelian Online. *Mbia*, 18(3), 1–11. <https://doi.org/10.33557/mbia.v18i3.677>
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Operasi Produksi : Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan* (Ed.3; Cet.). Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2016.
- Batu, R., Situngkir, T., Krisnawati, I., & Halim, S. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP ONLINE PURCHASE DECISION PADA PLATFORM BELANJA ONLINE SHOPEE. *Ekonomi & Bisnis*, 18, 144–152.
<https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2495>
- Beta Pramesti, A., & Djoko Waloejo, H. (2019). Pengaruh Brand Image dan Customer Value terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 8–13. <https://doi.org/10.14710/jiab.2019.23643>
- Caswen, Y. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk pakaian secara online di kota batam (Doctoral dissertation, Prodi

- Manajemen). <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/1281>
- Fajrin, L., & Ganadi, W. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Pengguna Shopee Di Daerah Jaktim. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen, Vol. 2, No(3), 222–233.*
- Firdayanti, R. (2012). Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online. *Journal of Social and Industrial Psychology, 1(1), 1–7.* <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip>
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling* (Edisi II).
- Hakim, F. N. (2020). Analisis Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, 1(1), 1–17.*
- Hartono, J. (2011). Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman - pengalaman. BPFE UGM , 2011. http://digilib.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php?p=show_detail&id=12675
- Hasbi, D. G., & Oktini, D. R. (2018). Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Fino di Kota Bandung (Survei pada Mahasiswa Unisba Pengguna Sepeda Motor). *Prosiding Manajemen, 4, 1313–1319.*
- Hendrawan, N., & Mas'ud, F. (2018). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN BRIMO PADA NASABAH BANK BRI CABANG KAB. TANGERANG YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN NASABAH. *MANAJEMEN DAKWAH, 9(1), 1–28.*
- Hesti Noor Fatimah, & Andri Nurtantiono. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen, 9(1), 106–113.* <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2330>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan (Cet. 1). Surabaya : Unitomo Press, 2019.
- Irawan. (2021). Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Khotimah, K., & Febriansyah. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen & kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen. *1(1), 19–26.* <https://doi.org/https://doi.org/10.36407/jmsab.v1i1.16>
- Kotler dan Keller. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository, 2017, 5–24.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *UCEM: Principles of Marketing, Global Edition.* <https://ucem.vitalsource.com/#/books/9781292092492/cfi/26!/4/4@0.00:33.9>
- Kotler, & Philip. (2014). *Principles of Marketing: Global edition (15th edition).* Pearson Education , 2014. http://slims.umn.ac.id/index.php?p=show_detail&id=8653
- Kusumawati, D., & Saifudin. (2020). Pengaruh persepsi harga dan kepercayaan terhadap minat beli secara online pada covid-19 pada masyarakat milenial di Jawa Tengah. *6.* <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.47686/jab.v6i01.299>

- Lisa, O., & Arif, S. (2016). Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. 1–6.
- Magfira, N. (2019). Pengaruh kualitas barang terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee (Studi pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Makassar) (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar). <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/16271>
- Mahendra, M. F. (2019). Pengaruh Atribut Produk dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada pengguna Yamaha Nmax di Kota Kediri). <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/177663>
- Malau, H. (2017). *Manajemen pemasaran : Teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global* (Cet. 1). Bandung : Alfabeta, 2017.
- Mambu, T. R., Tampi, J. R. ., & Mukuan, D. D. . (2021). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano. *Jurnal VICIDI*, 2(1).
- Mcknight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2014). *The Impact of Initial Consumer Trust on Intentions to Transact with a Web Site: A Trust Building Model*. *Jurnal sistem strategi informasi 11*. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0963-8687\(02\)00020-3](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0963-8687(02)00020-3)
- Meliana, Sulistiono, Budi Setiawan, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian STUDI KASUS PADA GIANT HYPERMARKET. *Jimkes*, 1(3), 8.
- Muiszudin, O. S. (2016). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Di PT. Arwana Internusa Tour Pontianak.
- Nasermoadeli, A., Ling, K., & Maghnati, F. (2013). Evaluating the Impacts of Customer Experience on Purchase Intention. *International Journal of Business and Management*, 8. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n6p128>
- Nugraheni, Y., & Wiwoho, G. (2020). Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention (Studi pada member Sophie Paris di BC Laelatul Qomar Kebumen). *Jurnal STIE Putra Bangsa*, 1–13.
- Nur Hajijah, S., Dewi, I. R., & Annisamala, Y. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Cirebon. *BONANZA : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(2), 28–38. <https://doi.org/10.54123/bonanza.v2i2.191>
- Parasuraman, A. (2014). *The Behaviorial Consequenses of Service Quality*. New Jersey : Prentince Hall.
- Parasuraman, A., Lim, T. M., Menictas, C., & Skyllas-Kazacos, M. (2013). *Review of material research and development for vanadium redox flow battery applications*. *Electrochimica Acta*, 101, 27–40. <https://doi.org/10.1016/j.electacta.2012.09.067>
- Pautina, Y. B., Ismail, Y. L., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi belanja online Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 4(1), 27–38.

<https://doi.org/10.47354/mjo.v4i1.358>

- Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. *Ekonomi Bisnis*, 25(2), 94–109. <https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>
- Pratama, C. A., & Rakhman, A. (2022). Pengaruh brand ambassador, kepuasan pelanggan dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk acne care Scarlett whitening di Kelapa Gading, Jakarta Utara. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 621–628.
- Prof. Mahfud Sholihin, D. D. (2021). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis. Andi.
- Purwanti, A., & Wahdiniwaty, R. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Cinderella School Of English For Children Di Bandung*. 03, Jimm Unikom, 62-75. <http://jimm.mm.pasca.unikom.ac.id/jurnal/analisis-kualitas-pelayanan.3d>
- Rahayu, I. T. (2019). Pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi pada minat beli ulang pada aplikasi online Shopee.co.id (*Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*).
- Sekar, U. (2018). Jadi E-commerce Terpopuler, Ini 5 Strategi Shopee yang Bisa Ditiru. <https://lifepal.co.id/media/jualan-online/>
- Sitorus, T., & Yustisia, M. (2018). *The influence of Service Quality and Customer Trust toward Customer Loyalty: The role of customer satisfaction*. *International Journal for Quality Research*, 12, 639–654. <https://doi.org/10.18421/IJQR12.03-06>
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian manajemen. <http://katalogdisperpusipkabgorontalo.perpusnas.go.id/detail-opac?id=694>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (*Mix Methods*). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhari, Y. (2011). Peran teknologi informasi dalam rantai pasokan. *Jurnal Dinamika Informatika*, 3(2), 84–91.
- Sukawati, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet Di Kota Makassar. *Phinisi Integration Review*, 1(2), 190. <https://doi.org/10.26858/pir.v1i2.6649>
- Supranto, J. (2016). Statistik jilid 1 Teori dan Aplikasi. Erlangga, 2016. http://digilib.stiewidyagamalumajang.ac.id//index.php?p=show_detail&id=13488
- Suryani, & Hendryardi. (2015). Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Talunohi, H., Hardilawati, W. L., & Fikri, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa: Merdeka EMBA*, 1(1), 24–34.

- Tjiptono, F. (2016). *Service, quality dan satisfaction . Edisi ke-4*. Yogyakarta Andi Yogyakarta , 2016.
[http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=130271&pRegionCode=UNTAR
&pClientId=650](http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=130271&pRegionCode=UNTAR&pClientId=650)
- Tjiptono, F. (2017). *Service management* mewujudkan layanan prima. Yogyakarta : Penerbit Andi , 2017.
<http://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1110819>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik Edisi 4 Domain , Determinan, Dinamika*. Yogyakarta : Andi , 2020.
<http://114.7.97.203:8123/inlislite3/opac/detail-opac?id=14218>
- Yusuf, A. (2021). *The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 472–481.
<https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1629>