

## Daftar Pustaka

- Akbar et al., (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Mcdonald's Lampung
- Anjani & Siregar, (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Multivitamin Enervon-C Pada Masa Pandemi Covid-19
- Ariani, J., Jesika, S., Ulum, P., Handani, D., & Juniarsih, D. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Desa Giri Purno Kecamatan Rimbo Ilir. *Jurnal Administrasi Nusantara Maha*, 3(6), 76-86.
- Capriati,(2024). Pengaruh Kualitas Produk, Ulasan Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kota
- Daya et al., (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk "The Sandals" dari PT. Razer Brothers
- Efendi & Rahmiati, (2020). Persepsi keamanan, persepsi privasi, pengalaman serta kepercayaan terhadap belanja online
- Erwantiningsih et al., (2024). Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger
- Jl, A. A., & De Yusa, V. (2019). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 5(1), 13-22.
- Khotimah et al., (2023). Pengaruh Kepercayaan, Pemasaran Online, Citra Merek dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan
- Kurniawan, A., & De Yusa, V. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Mainan Wong Toy's. *Kalianda Halok Gagas*, 6(2), 125-137.
- Lakoni, I., & Hidayati, A. (2022). Hedonic Value, Pengalaman Berbelanja, Terhadap Minat Beli Situs Shopee Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening. *Creative Research Management Journal*, 5(1), 74-84.
- Laksmi Tsavitri & Hartini, (2024). Pengaruh Kualitas Informasi, Electronic Word Of Mouth Dan Pengalaman Belanja Online Terhadap Minat Beli Ulang Produk Fashion Gen Z Pada Marketplace Shopee Di Kabupaten Sumbawa
- Marpaung, G. P., Purba, A. T. L., & Saragih, A. A. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas X. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 5622-5628.
- Melinda & Pujihastuti, (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengalaman Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Belanja Online Bukalapak

- Murniasih, (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Pada Minat Beli Ulang Produk Skincare Ms Glow Di Singaraja
- Mutiara & Wibowo, (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
- Nia Lefiani & Anggalia Wibasuri, (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat Berbelanja Online Terhadap Niat Beli Ulang Dilihat Dari Sikap Konsumen
- Oktaviani et al., (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Lazada)
- Paramitasari & Magdalena, (2021). Penerapan Merek Dan Digital Marketing Dalam Produksi Pangan Beras Desa Banjarsari
- Pratama, R. A., Hasanah, R. I., & Wibasuri, A. (2023, November). The Influence of Virtual Try-On on Cosmetic Purchasing Decisions in the Shopee Application with Intervening Variable Purchase Interest. In Proceeding International Conference on Information Technology and Business (pp. 76-80).
- Pratisti, C. (2022). Loyalitas Merek Melalui Pengalaman Merek Dan Nilai Pelanggan Smartphone Xiaomi. Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK dan BI), 5(1), 165-173.
- Pratisti, C., & Paramitasari, N. (2023). The Effect Of Brand Trust And Brand Loyalty On Adidas Purchase Decision In Bandar Lampung. JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam), 11(1), 86-94.
- Puspita, I. R., Fadillah, A., & Taqyudin, Y. (2022). Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan, 2(1), 67-74.
- Putta, (2019). Analisis Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Jual Beli Online Lazada Di Karawang
- Qolbi & Hermansyah, (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Sanford Di Sinar Mart Batam
- Sandora, (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online
- Saputra, (2015). Pengaruh Brand Endorser Jkt48 Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat Pada Pt.Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung
- Saputra, M., Pratisti, C., Sari, N., & Paramitasari, N. (2022, December). Consumer Purchase Decisions on Food and Beverage Delivery Services on the GoFood Application. In Proceeding International Conference on Information Technology and Business (pp. 88-92).

- Saputra, M., Sari, N., Wahyuningsih, Y., & Lislindawati, L. (2023). KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GENDER PRIA DI E-COMMERCE. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1527-1545.
- Sari, N., & Parawansyah, K. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Maybeline Di Shopee. *Jurnal Educatio Amerta*, 3(1), 120-125.
- Theresia & Wardana, (2019). Pengaruh Pengalaman Belanja Online, Kepuasan Pelanggan, Dan Adjusted Expectation Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Traveloka
- Wirayanthi & Santoso, (2018). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label\