

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. I. (2022). *Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Market Place Shopee (Studi Kasus Kecamatan Cempaka Putih)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Amrullah, A., Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. (2016). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99-118.
- Aulia, T. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2), 58-69.
- Azmi, K., & Jamil, M. (2024). Analisa Strategi Meningkatkan Kualitas dan Produktivitas Layanan Di Laundry Dadok Tunggul Hitam Padang. *Jurnal Inovasi Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 21-29.
- Az-zahra, S. F. (2018). PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN, DAN RISIKO KINERJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE di Lazada (Studi pada Pengguna Situs Belanja Online Lazada di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 6(2).
- Chabibi, I., Hasiholan, L. B., & Harini, C. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Pembelian Sebagai Intervening (Studi Kasus Dealer Jaya Motor Semarang). *Journal of Management*, 4(4).
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Kota Lhokseumawe. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1812-1829.

- De Yusa, V., Aprianscy, H. S., & Meta, A. Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Kualitas Pelayanan pada Perpustakaan Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 17(3), 169-176.
- Fadila, A., Bulan, T. P. L., & Amilia, S. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Di Pangkalan Brandan. *JIM: Manajerial Terapan*, 1(1), 20-27.
- Faroh, W. N. (2017). Analisa pengaruh harga, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Journal Ilmiah Prodi Manajemen*, 4(2), 3-24.
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal sinar manajemen*, 9(1), 106-113.
- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 6(1).
- 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, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19-26.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen YOU Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476-490.

- Nawang Sari, S., & Pramesti, W. N. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia.com). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(3), 385-394.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (M. Masykur (ed.)).
- Ramli, R. A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan. *Jurnal Bening Prodi Manajemen*. 7(1), 2252-5262.
- Sah, N. A., Amin, A. M., Musa, M. I., Aswar, N. F., & Hasdiansa, I. W. (2024). Rahasia di balik pembelian: Bagaimana E-WOM dan brand image mempengaruhi keputusan pembelian Skincare di Shopee. *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 4(1), 31-49.
- 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.
- Saputra, M., & Wibasuri, A. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI Mc DONALD'S KEDATON BANDAR LAMPUNG.
- Sari, N., & Setiyowati, S. (2017). Pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PB Swalayan Metro. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(02), 186-199.
- 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*, 3(2), 34-46.

- Sinta, D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Malang Angkatan 2019).
- Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Os Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 62-70.
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di UKM Mart Kartika Widya Utama. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1154-1170.
- Heptariza, A., Prasiani, N. K., & Darmawan, A. J. (2023). Pengaruh kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Marketplace Shopee. *Journal of Applied Management Studies*, 4(2), 97-111.
- <https://serupa.id/kualitas-pelayanan-pengertian-indikator-dimensi-faktor-prinsip/>
- Limbong, A. N. L. (2022). *Pengaruh Promosi, kepercayaan konsumen dan persepsi resiko terhadap minat beli secara online pada marketplace shopee di batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Pranata, C. W., Sherlly, S., Vincent, V., & Fitriano, A. (2021, April). Pengaruh kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 23, No. 2, pp. 331-339).
- Rozi, I. A., & Khuzaini, K. (2021). PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Rofiah, A. (2021). *Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Ekonomi Syariah Pengguna Aplikasi Shopee)* (Doctoral dissertation, IAIN Kudus).

- 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). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 251-260.
- Sudaryono. (2014). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran. Lentera Ilmu Cendekia.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41-52.
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh celebrity endorser, citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening (studi kasus pengguna Scarlett Whitening).
- Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Artikel*, 8(2), 10-20.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Musim Dingin: Jurnal Penelitian Mahasiswa Imwi*, 1 (1), 41-52.
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896-906.
- Latief, A. (2018). Analisis pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen pada warung wedang jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90-99.
- 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). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 251-260.