

DAFTAR PUSTAKA

- Aliciana, M., & Jacob, J. (2024). Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Blibli. *Media Mahardika*, 22(2). <https://doi.org/10.29062/mahardika.v22i2.883>
- Andromeda, K. (2015). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keragaman Produk Pakaian Via Online Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*.
- Arianto, N. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Deepublish.
- Aulia, D., & Ansari Harahap, D. (2022). Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Pada Go Food. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1), 105–111. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.627>
- Digdowniseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nasional.
- Febriyanti, F. (2023). *Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee*.
- Flury, B., Murtagh, F., & Heck, A. (1988). Multivariate Data Analysis. *Mathematics of Computation*, 50(181), 352. <https://doi.org/10.2307/2007941>
- Ghozali I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20 edisi keenam. In *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2019). *e-Conomy SEA 2019: Swipe Up and to the Right*.
- Hardiansyah, P., & Irawati, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rapi Production Mojowarno Jombang. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 4(3), 465–476. <https://doi.org/10.33752/bima.v4i3.5563>
- Istiyanto, B., & Desviasari, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada PT. Intrafood Singabera Indonesia Jahe Wangi di Sukoharjo)*.
- Jacob, M. A. J., & Sarah, S. (2024). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE BLIBLI.COM. *Media Mahardhika*, 22(2), 280–288. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v22i2.883>
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT RajaGrafindo Persada.
- Khairani, Z. (2015). Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 67–76.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management MARKETING MANAGEMENT Marketing Management. In *Pearson Practice Hall* (16th ed., Vol. 2, Issue 1). Pearson Education. [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2354118%5C&val=22677%5C&title=The The influence of social media marketing on brand](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2354118%5C&val=22677%5C&title=The%20influence%20of%20social%20media%20marketing%20on%20brand)

- awareness and brand image moderating effect of religiosity
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa Manajemen Pemasaran Jasa. In *Salemba Empat*. (Vol. 1, Issue May). Deepublish.
- Manoppo, V. C. O., & Arie, F. V. (2016). Pengujian Normalitas dalam Model Regresi. *Jurnal Riset Ekonomi*, 8(1), 15–24.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2013). *Consumer Behavior*. Pearson.
- Mutiara Nur Azizah, & Muzakar Isa. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, dan Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 3039–3058. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.1840>
- Pahlevi. B, M. R., Ramadhan, N., & Assegaff, S. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs Traveloka. *Jurnal Komunikasi, Sains Dan Teknologi*, 1(2), 67–77. <https://doi.org/10.61098/jkst.v1i2.8>
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Safitri, D., Handayani, R., & Prasetyo, E. (2019). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 77–86.
- Sartika, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Pink Kota Parepare. *DECISION: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7–12.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R\&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- SusantiRiny, T. A. R. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Batam Bangun Prahtama. *Ekuivalensi Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1(69), 5–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.661>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Wahidmurni. (2017). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Universitas Negeri Malang.
- We Are Social, & Hootsuite. (2020). *Digital 2020: Indonesia*.
- Widodo, D. E., Ratmono, R., & Mustakim, R. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Transaksi, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Shopee Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 3(4), 882–890. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v3i4.2731>
- Winarni, S., Witarsa, W., & Budiman, J. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Aa_Speedshop. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(1), 1–8. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i1.51810>
- Yosua, A. (2021). Pengaruh Personal Selling, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan (Trust) Konsumen dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(12), 1686–1699.

<https://doi.org/10.46799/jst.v2i12.465>