

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. D. N., & Nuvriasari, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Promosi, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Akomodasi Di Aplikasi Traveloka. *6*(1), 178–193.
- Ali, M. T. R., & Khuzaini. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *6*(9), 1–20.
- Andriani, W., Abdurrahman, & Sari, P. R. K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma (Studi Kasus Pada Konsumen Cv. Bahana Tirta Alam Maritim Di Kab. Sumbawa Besar). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *2*(1), 1–7.
- Dewi, Nia Safitri, & Prabowo, Rokh Eddy. (2018). Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Prosiding Sendi_U 2018, 2016*, 711.
- Edyansyah, T., Ekonomi, F., & Malikussaleh, U. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Produk Im3 Dikalangan Masyarakat Kota Lhokseumawe. 1–12.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Mea*, *4*(1), 176–188.
- Fian, J. Al, & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, *5*(6), 1–18.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal Of Applied Business Administration*, *2*(1), 152–165.
<https://doi.org/10.30871/Jaba.V2i1.763>

- Hari Subagyo, W., & Chairunisha Febriana, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Di Kelurahan Pabuaran Bogor. *Economicus*, 14(1), 78–89. <https://doi.org/10.47860/Economicus.V14i1.186>
- Hidayat, I., Arifin, R., & Priyono, A. A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Bukalapak.Com. *Riset Manajemen*, 64–77.
- Hindratno, J., Sahay, M., & Manurung, Y. (2021). Pengaruh Budaya, Persepsi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Tradisional Di Ukm Pasar Kahayan Palangka Raya. *I(1)*, 9–17.
- J. R. Aj. Siti Kusandhitasari. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depot Air Minum Isi Ulangglassindo Tirta Jaya Di Glagahsari.
- Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang) *Jurnal 1. Eksis*, 10(1), 13–27.
- Jefryansyah, J., & Muhajirin, M. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 85–94. <https://doi.org/10.30812/Target.V2i1.703>
- Kafabih, A., & Mukti, A. H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sim Card Telkomsel, Indosat Ooredoo Dan Hutchison 3 Indonesia Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, Dan Umkm*, 1(2), 8–18.
- Krissianty, D., & Widayatmoko, W. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel. *Prologia*, 2(2), 278. <https://doi.org/10.24912/Pr.V2i2.3588>
- Muslimah, S., Hamid, R. S., & Aqsa, M. (2020). Analisis Dampak Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online: Perspektif Marketing Mix. *Jesya*

(*Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*), 4(1), 137–150.
<https://doi.org/10.36778/Jesya.V4i1.306>

Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.

Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.

Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *Jbma – Vol. Iv, No. 2, September 2017 Issn : 2252-5483, Iv(2)*, 60–69.

Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/Jkin.V14i1.2445>

Pratita, B. W. A., Heri Pratikto, & Sutrisno. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan Di Kober Bar Malang. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(4), 497–503.

Rachman, L. A., Ronaldi, D., Sari, M. P., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk You. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 2(1), 1–8.
<http://jurnal.umitra.ac.id/index.php/jmb/article/view/510>

Rahmawati, L., & Nikmah, F. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis (Jab)*, 5(1), 125–128.

Raymond, A. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang Di Kota Batam. 53(9), 1689–1699.

Raymond, H. D. R. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap

- Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati Di Kota Batam. 53(9), 1689–1699.
- Riko Ashari, Widayanto, S.Sos, M. S. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sikap Pengguna Pada Situs Belanja Online Lazada.Com. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Saputra, S. D., & Anandita, F. B. A. (2014). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/Mandiri.V4i1.99>
- Sugiono. (2012). Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Yustiawan, O., & Prijati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.