

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., Fusfita, N., & Novriza, E. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsment, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Di Instagram Anyacollection. *JURIMA (Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi)*, 3(3), 111–129. <https://doi.org/10.55606/jurima.v3i3.2449>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Andina, A. N. (2019). Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-Pop. *Syntax Idea*, 1(8), 39–49. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v1i8.100>
- Anwar, & Hamid. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*. P. I. P.
- Armstrong & Kotler. (2015). *Marketing an Introduction Prentice Hall* (Edisi Ke Tujuh Belas). Pearson Education.
- Aunillah, N. (2022). Pengaruh E-Commerce Shopee, Kualitas Produk Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Snack. *MASTER (Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan)*, 2(2), 108–127. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v2i2.15254>
- Azzahra, S., & Sulistyanta, S. (2024). Tinjauan Kriminologi Terhadap Pelaku Penipuan Jual Beli Album K-Pop (Studi Pada Sosial Media X @ongableu2). *Jurnal Ilmu Hukum Dan Sosial*, 2(2), 270–280. <https://doi.org/10.51903/hakim.v2i2.1812>
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762–6781. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Christian, M., & Setiobudi, D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan Dan Corporate Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Indonesia Technology Trend. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(2), 196–204. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i2.2007>
- Claudya, S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Air Ro Di Ker-Ro Bekasi. *JIAM (Jurnal Ilmiah Dan Manajemen)*, 17(2), 115–124.

- Dewi, P. N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R. M. (2021). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P. *JIP (Jurnal Industri Dan Perkotaan)*, 17(2), 6–13.
- Dumula, N., Daga, R., & Hatta, M. (2023). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Ambon Ekspres dengan Loyalitas Konsumen sebagai Variabel Moderasi. *SEIKO (Journal of Management & Business)*, 6(2), 325–337.
- Dwifadhilah, A., & Hakim, L. N. (2021). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Album K-Pop Treasure (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Album Treasure Di Jakarta). *JUMABI (Jurnal Administrasi Bisnis)*, 1(5), 386–398. <https://doi.org/10.31334/jambis.v1i5.2323>
- Dwioktaviana, L., Yaskun, M., & Susanti, I. (2022). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Model Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Yavera Lamongan. *JEKMA (Jurnal Ekonomi Mahasiswa)*, 3(4), 1–11. [www.unisla.ac.id](http://www.unisla.ac.id)
- Fadhilah, M., Cahya, A. D., & Regindratama, A. (2023). Pengaruh Variasi Produk Dan Display Layout Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi Di Toko Src Jumasri. *OIKOS (Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi)*, 7(2), 710–728.
- Fadhilah, M., Dwi Cahya, A., & Regindratama, A. (2023). Pengaruh Variasi Produk Dan Display Layout Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi Di Toko SRC Jumasri Talang Kawo Merangin Jambi. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(1), 2023. <https://doi.org/10.23969/oikos.v7i2.6013>
- Faeni, D. P., & Fadhila, M. R. (2024). Digital Marketing Strategy in the Era of Business Transformation: Implementation and Development. *NERACA: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(8), 425–435.
- Faeni, D. P., Jumawan, Fitriz, N., Putri, S. W., Anggaina, M., Putri, E. N., & Arzety, A. V. (2023). Penggunaan Analisis SWOT untuk Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 30–38. <https://doi.org/10.55606/optimal.v4i1.2567>
- Faeni, D. P., & Putri, E. R. (2024). The Role of the Zalora E-Commerce Application In Indonesia Based on Consumer Trust and Satisfaction.

(IJESM) *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(1), 1253–1260.

Faeni, D. P., Wahyudi, A., & Rachmawan, A. (2023). Analisis Pengaruh Brand Image, e-Marketplace dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Secara Online pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. *International CEO Communication, Economics, Organization & Social Sciences Congress*, 8, 833–849.

Fatimah, T. A. (2024). Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Boygroupp SEVENTEEN (Carat) Di Surabaya. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 245–258.

Firdayanti, A., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Mie Lemonilo Di Kota Bekasi. *Jurnal Economia*, 2(9), 2628–2643. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.838>

Gatra Wedari, W., & Sumelvina Dewi, A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Jati Mulia Kauman Tulungagung. *Journal of Management And Social Sciences*, 2(4), 38–48. <https://doi.org/10.55606/jimas.v2i4.646>

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Edisi 2). Badan Penerbit.

Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i2.5290>

Gumelar, S. A., Almaida, R., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika Psikologis Fangirl K-Pop. *Cognicia*, 9(1), 17–24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>

Hadita, Komariah, N. S., & Nabiilah, R. R. (2024). Pengaruh Diskon Produk, Promosi Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Efood (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kelurahan Teluk Pucung). *JEKOMBIS (Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis) (JEKOMBIS)* , 3(2), 95–109. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i2.3480>

Hadita, & Nuraeni, L. (2022). The Effect of Event Marketing On Purchase Decisions Through Purchase Interest in Tokopedia Marketplace (Case Study on Tokopedia Event Photocard Program). *DIJEMSS (Dinasti Internasional Journal Of Education*

*Management And Social Science*), 3(4), 360–369.  
<https://doi.org/10.38035/dijefa.v3i4>

Hadita, Saputra, F., & Widjanarko, W. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. *JIMT (Jurnal Ilmu Manajemen Terapan)*, 4(5), 678–685. <https://doi.org/10.31933/jimt.v4i5>

Hadita, Siti Komariah, N., Lathifah alysha, A., & Lathifah, A. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan (Studi Kasus Produk Fashion Pada Platform Shopee Di Teluk Pucung Kota Bekasi). *JEKOMBIS (Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis)*, 3(2), 110–124. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i2.3481>

Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *JIMEA (Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 7(1), 253–274. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>

Halimah, M. A., & Yanti, R. D. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kilat Khusus Mitra Korporat Kantor Pos Purwokerto. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 70–79. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.916>

Hanafia, F., & Permada, N. H. (2023). Pengaruh Varian Produk, Servis Level dan Price Bundling terhadap Loyalitas Pelanggan. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 1(1), 15–23. <https://doi.org/10.59422/global.v1i01.131>

Handayani, S. P., & Permana, E. (2022). Strategi Pemasaran Merchandise Korea Di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 13(1), 127–135.

Hariyono, I., Ruspitasari, W. D., & Handoko, Y. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 179–188. <https://doi.org/10.59086/jeb.v2i1.245>

Hasibuan, E. J., Simanjorang, E. F. S., & Helvi Bhakti. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 202–216. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.202-216>

- Hendayana, Y., Deo, A. V. P., & Sulistyowati, A. (2024). Pengaruh Suasana Tempat Dan Gaya Hidup Modern Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Coffee Shop (Studi Kasus Pada Etika Coffee). *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 106–116. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i1.748>
- Hendayana, Y., Sagita, A. N. A., Natalia, I., Lituhayu, M., Napsiah, T., & Putri, T. N. (2024). Pengaruh Konten Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Minat Beli Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(1), 312–325. <https://doi.org/10.59581/jmkiwidyakarya.v2i1.2526>
- Hendayana, Y., Sari, P. R., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Ambassador Dan Bundling Product Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk MS GLOW di Bekasi Utara. *Jurnal ECONOMINA*, 2(9), 2579–2595. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.835>
- Hendayana, Y., & Solichati, U. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Bekasi. *Jurnal Manajerial*, 20(2), 233–241. <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Hidayat, M., Ahmadiyah, J. N., Sulistiyani, R., Vebryana, L. C., Azzahra, Y., & Bobihu, N. A.-R. (2022). Keberagaman Pada Kelompok Penggemar K-Pop Di Indonesia. *Abrahamic Religions (Jurnal Studi Agama)*, 2(2), 106–115. <https://doi.org/10.22373/arj.v2i1.12194>
- Ilmiyah, K., & Krishnawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker (Jurnal Manajemen)*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Indiani, N. L. P. (2022). Peran Lokasi, Variasi Produk, Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 7(2), 2528–1216. <https://doi.org/10.38043/jiab.v7i2.3450>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Irawan, D. E. M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Springbed Merek Kirana Di Kirana Furniture*. Universitas Lampung.

- Kakoe, S., Ruba'i, M., & Madjid, A. (2020). Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Ganti Rugi Sebagai Pidana Tambahan. *Jurnal Legalitas*, 13(2), 118–131.
- Khotimah, K. (2023). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 237–252.
- Khotimah, K., Suharno, Pawirosumarto, Lusiana, Sari, S., Fitria, L., Yani, A., Rafky, R., Oktarina, Y., & Nofriadi. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Pemasaran Online, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan. *JEMSI (Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi)*, 5(1), 28–38. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v5i1.1672>
- Kirana, G. A. (2021). Fandom Effect on Fans Purchase Decision Towards BTS Album: A Conceptual Study. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 132–142. <https://doi.org/10.35631/aijbes.39010>
- Kurniaty, A., & Rohadi, E. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Tempat Pembelian Album K-Pop Menggunakan Moora. *JIP (Jurnal Informatika Polinema)*, 9(2), 153–158. <https://doi.org/10.33795/jip.v9i2.1157>
- Kurniawaty, Y. (2022). Viktimisasi Terhadap Korban Penipuan Dengan Modus Penjualan Album K-Pop. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(4), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.3570/http>
- Kusumawardhani, Y., & Sunaryanto, L. T. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Nyayur.id Di Kota Salatiga. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(2), 1639–1649.
- Laksono, A. P., & Noer, A. H. (2021). Idolaku, Sumber Intimacy: Dinamika Celebrity Worship Dan Tugas Perkemangan Dewasa Awal Pecinta K-Pop. *Jurnal Psikologi*, 17(2). <https://doi.org/10.24014/jp.v14i2.12837>
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *JMMIB (Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis)*, 1(1), 128–136.
- Lesmana, J. C., & Andy. (2022). Pengaruh Harga, Variasi & Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Pakaian Wanita Melalui Shopee (Studi Kasus Di Kota Tangerang). *Prosding : Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1-17.

- Listiani. (2023). *Pengaruh Reputasi Perusahaan, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen (Studi Pada Pengguna Allofresh Di Jakarta)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Mafazania, A. (2024). Peran Idola K-Pop Seventeen Dalam Meningkatkan Self-Esteem Dan Self-Forgiveness Pada Mahasiswi Usia Dewasa. *Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 2(1). <https://doi.org/10.61132/observasi.v2i1.104>
- Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1), 1–5.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Mantara, M. A., & Yulianthini, N. N. (2022). Faktor-faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara Online Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.52300/jemba.v2i1.3529>
- Maulidia, A., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan pada pembelian Merchandise K-Pop melalui Group Order. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 1022–1031. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1026>
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Muhson, A. (2022). *Analisis Statistik dengan SmartPLS*.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah). *Jurnal Ekombis (Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis)*, 10(14), 391–402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1.2018>
- Mukmin, I. A., Marhani, M., & Galugu, N. saqinah. (2023). Remaja Akhir Penggemar K-Pop: Celebrity Worship Dan Self Concept. *GUIDENA (Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan Dan Konseling)*, 13(3), 599–609. <https://doi.org/10.24127/gdn.v13i3.8156>
- Munandar, D. S., & Widyastuti. (2021). Hubungan Regulasi Diri Dengan Perilaku Compulsive Buying Pada Remaja Akhir Penggemar K-Pop. *Cakrawala (Jurnal Humanioran Dan Sosial)*, 21(2), 79–86.

- Mustika, M. A. C., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mixue Ice Cream and Tea Di Kota Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2(2), 35–46. <https://doi.org/10.33365/smart.v2i2.3286>
- Nurhanah, D., Budianto, A., & Toto. (2019). Pengaruh Customer Trust Dan Customer Perceived Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Rabbani Tasikmalaya). *Journal Business Management And Entrepereneurship*, 1(2), 189–200.
- Nurjanah, P., & Ikhsan, N. El. (2022). Pengaruh Fanatisme Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup K-Pop SVT Di DKI Jakarta). *JAMBIS (Jurnal Administrasi Bisnis)*, 2(3), 449–460. <https://doi.org/10.31334/jambis.v2i3.2516>
- Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. *JAB (Jurnal Administrasi Bisnis)*, 9(3), 18–24. <https://doi.org/10.35797/jab.v9.i3.18-24>
- Pinandita, A. (2019). Tinjauan Desain Kemasan Boxset Musik Sebagai Strategi Penjualan Rilis Fisik Di Yogyakarta. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(2), 297–310. <https://doi.org/10.37505/aksa.v2i2.22>
- Putri, L. T., Setiawan, A., Salis, M., & Irham. (2024). Analisis Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Rumah Majopi Bangkinang. *Ensiklopedia of Journal*, 6(2), 116–125. <https://doi.org/10.33559/eoj.v6i3.2202>
- Putriyatni, I., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Pengalaman, Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Batam. *Economics And Digital Business Review*, 4(2), 178–185. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i2.693>
- Rahma, M. D., & Fauzi, A. M. (2023). Fanatisme Remaja Penggemar Musik Populer Korea (K-Pop) Pada Budaya K-Pop Dalam Komunitas Exo-L Di Surabaya. *Paradigma (Journal Of Sociological Studies)*, 12(1), 130–140.
- Rahmadhanty, A., & Jumhur, H. M. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Album Musik Korean Pop (Studi Pada Penggemar Musik Korean Pop). *E-Proceeding of Management*, 7(2), 5429–5433.
- Ramadhina, A., & Mugiono. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal*

- Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67.  
<https://doi.org/10.21776/jmppk>
- Ramadhoni, Z., & Purwanto, F. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Varian Produk, Harga, Endoser Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Ayam Geprek Benu Mojokerto. *Jurnal Ilmu Manajemen (BION)*, 1(1), 9–20.
- Ramilusholikha, S., Muhtarom, A., Cholidah, L. N., Efendy, Y., Nordiawan, D., & Ghofur, A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian Anyaman Bambu UMKM Cipta Karya Art Bambu Mandiri Desa Sukolilo. *PENATARAN (Jurnal Penelitian Manajemen Terapan)*, 8(1), 10–21.
- Riyanto, & Hatmawan. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rodiananda, B. Y. (2024). Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian. *RITMIK (Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi)*, 6(2), 170–177.
- Rosmayati, S., Sudirman, A., Haerany, A., Arifudin, O., Rijal, K., Alaydrus, S., Rusmana, F. D., Syamsuriansyah, Hanika, I. M., & Nugroho, L. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital*. Widina Bhakti Persada.
- Rosyidi, M. A. Z., Muhtarom, A., & Khitam, M. C. (2023). Analisis Harga, Cita Rasa, Lokasi, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian Pada Usaha Wakhid Pentol. *JBBE (Jurnal Bina Bangsa Ekonomika)*, 16(1), 115–130.  
<https://doi.org/10.46306/jbbe.v16i1>
- Saputri, A. D., & Sani, E. P. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Strategi Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc. *JURIMA (Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi)*, 2(1), 7–28.
- Sari, D. I., & Hasyim. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Pelayanan Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Shopee. *JUMMA45 (Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi)*, 1(2), 6–20. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i2.294>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Mitchell, R., & Gudergan, S. P. (2020). Partial Least Squares Structural Equation Modeling in HRM Research. *The*

- International Journal of Human Resource Management*, 31(12), 1617–1643.
- Setiobudi, A., Sudyasjayanti, C., & Danakusuma, A. A. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesiapan untuk Membayar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Informatika)*, 17(3), 238–252.
- Siregar, M. (2021). Hubungan Antara Kepercayaan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Terhadap Online Shop. *Jurnal Penelitian, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 2(1), 83–88. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v2i1.97>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (1st ed.). Andi.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Kedua). Alfabeta.
- Surip, Simanjuntak, R., Kartikaningsih, D., Sumarsid, & Gunardi. (2023). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bagian Pergudangan PT Agung. *JSAB (Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis)*, 7(2), 167. <https://doi.org/10.31104/jsab.v7i2.341>
- Syafitri, U. R., Maulana, A., & Rosa, A. (2024). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran ShopeePay di Kota Palembang. *Al-Kharaj (Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah)*, 6(4), 5177–5189. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.1090>
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran*. Andi Offset.
- Tua, G. V. M., & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di CV. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *JUKIM (Jurnal Ilmiah Multidisiplin)*, 1(4), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Tunastini, G. V., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gayatri Mas Mode di Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i1.45990>

- Wadiyastuti, S., Suherman, E., & Khalida, R. L. (2024). Peran Kepercayaan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh E-WoM terhadap Keputusan Pembelian Electronic di Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 6087–6102. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Welsa, H., Cahyani, P. D., & Widyantriana, C. (2022). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervenig (Studi Kasus Pada Air Mineral Aqua Di Indonesia). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 80–90. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.2576>
- Widjanarko, W. (2022). Online And Internet Games Against Discipline, Mindsets And Productive Processes In Improving Human Resources For Students. *Jurnal Ekonomi*, 11(01), 9–20. <https://doi.org/10.58471/ekonomi.v11i01.158>
- Yamin, S. (2021). *Smartpls 3, Amos & Stata: Olah Data Statistik (Mudah & Praktis)*. Dewangga Energi Internasional Publishing.
- Yuliasari, W., Arumsari, N. R., & Karatri, R. H. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Diskon, Store Atmosphere Dan Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal EK&BI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis)*, 6(2), 78–86. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v6i2.1089>