

DAFTAR REFERENSI

- Adrianto, R. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 54–60.
- Agustina S. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya (Ub Press)
- Alfitroch, U. A., Farida, E., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Iklan, Promo Gratis Ongkos Kirim, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Belanja *Online* (Studi Kasus pada Warga RT 8 Kelurahan Karangbesuki Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(14), 71–78.
- Almanda, W., & Siagian, M. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Mamakael Berniaga Sejahtera. *ECo-Buss*, 5(1), 133–145.
- Anjani R F.dan Siregar S. (2021) Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Multivitamin ENERVON-C Pada Masa Pandemi Covid-19 *Jurnal IlmiahMEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* Vol. 5 No. 3.
- APJII. (2024). Laporan Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Ardianto, K., Putri, N., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Arsita, Z., & Amalia, Q. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada *TikTok Shop* (Studi Kasus Kota Solo). *Jurnal Penelitian*.
- Astuti, R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal Akmami (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 204–219.
- Azhari, S. A., Warneri, & Okianna. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Di Shopee. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 10(6), 1–8.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik *E-commerce* 2024. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bireuen. (2025). Kecamatan Kota Juang dalam angka 2025.
- Baharuddin, Said, H. A., Sari, I., Syam, F. O., Anugerah, T., & Fatimah, P. I. (2022). Pengaruh Persepsi Dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Stiem Bongaya. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 5(1), 33–54.
- Budiarto & Prana. (2024). Integrasi Media Sosial dalam Aktivitas Perdagangan Elektronik di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*.
- Cesariana, C. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)

- Dwi, D. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian *Online* Maharani Prima Skincare di Blitar. *Jurnal Manajemen*.
- Erlangga, H., Nurjaya, Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 464–472.
- Febriah, I., & Febriyantoro, M. T. (2023). Pengaruh live video streaming TikTok, potongan harga, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 218-225.
- Febrizadly, F. C. (2024). *Pengaruh live streaming dan online customer review terhadap buying decision pada pelanggan Radysa Medan di Shopee*
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.
- Fishendra, M. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Kliri Coffee and Space Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 66–73.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryoko, U. B., & Febriyanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Shop Bebenito Group Tangerang Selatan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(1), 78–95.

- Hasbi. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Sains Al-Qur'an
- Hasbullah, H., & Muchtar, M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Inovasi*, 18(4), 826–831.
- Heri Sudarsono. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Cv. Pustaka Abadi
- Humairoh, Febriani, N., & Annas, M. (2023). Determinasi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi Tiktok. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 71–88.
- Indayani, L., Sumartik, Hanum, G. R., Adinda, T. P., & Viranti, A. E. (2022). E Service Quality, Trust and Satisfaction on Consumer Loyalty at Hospital: *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 3, 1161–1165.
- Intakoris, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Waktu Tunggu Terhadap Kepuasan Nasabah Elektronik Pada Penggunaan Fitur Bca M-Banking. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 4(1), 16–21.
- Jasmine. (2022). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Toko *Online* di TikTok. *Jurnal Pemasaran*.
- Jayanti, R. D., & Hidayati, N. (2022). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Switching Cost Sebagai Variable Mediasi. *Jurnal Ekuivalensi*, 8(1), 14–28.
- Kamisa, N., Devita P, A., & Novita, D. (2022). Pengaruh *Online* Customer Review Dan *Online* Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen

- (Studi Kasus: Pengguna Shopee Di Bandar Lampung). *JEB. Journal Of Economic And Business Research*, 2(1), 21–29
- Komang dan Sintia. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hidden Garden Agro Cafe Baturiti Tabanan Bali. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kuswanto, & Vikaliana, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Online*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 6(2), 159–172.
- Lasfiana, E., & Elpanso, E. (2023). Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada *TikTok Shop*. *Jurnal Manajemen Digital*.
- Magdalena, M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Lubuk Pandan Kec. 2x11 Enam Lingkung Kab. Padang Pariaman.
- Marpaung, F. K., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 49–64.

- Monalisa, T. (2025). Pengaruh *live streaming*, *online customer review*, dan viral marketing terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *TikTok Shop* pada Generasi Z di Kota Solok [Skripsi sarjana, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau].
- Muchsin. (2017). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen Blackberry
- Nadira, A. P. (2024). Pengaruh kualitas produk, *online customer review* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk skincare Skintific di Shopee (studi kasus pada remaja Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru). Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen dalam Melakukan *Online Shopping* di Kota Makassar. *Jurnal MINDS: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 113–132.
- Oktaviani. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian dengan *Online customer review* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Customer Shopee).
- Pebrianti, W. (2023). Analisis perilaku konsumen dalam berbelanja pada pedagang keliling dan pedagang pasar di Desa Karangrejo Kediri (Skripsi Sarjana, Universitas Nusantara PGRI Kediri). Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Permatasari. (2023). Transformasi Teknologi Digital dan Pola Konsumsi Masyarakat Modern. *Jurnal Ilmu Sosial*.

- Prasetya, R. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi Lazada. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Prasetyo, M. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara *Online*. *Jurnal Online*.
- Prayuda, T. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang Pengguna *TikTok Shop* pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi/Jurnal.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pascal Books.
- Rahmawati, I. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, *Online customer review*, dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen*.
- Resti. (2024). Strategi *TikTok Shop* dalam Meningkatkan Transaksi *Online*. *Jurnal Komunikasi*.
- Retnowulan, Julia. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi.” *Cakrawala XVII* (2): 139–45.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara *Online*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318-328
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah

- Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1), 1–11.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed Vol4). Alfabeta
- Suprano dan Hermiati, N.F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pelita Ilmu*, Vol.15 No.1.
- Suprihatin, W. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Bestari*, 19, 56–66.
- Sutisna, M., & Sarah, I. S. (2022). Analisis keputusan pembelian BTS Meal: Tinjauan pemilihan produk, merek, penyalur, kuantitas pembelian, waktu pembelian, dan metode pembayaran. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 8(1), 47
- Tiara, E. (2024). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Chatime di outlet cabang Plaza Slipi Jaya [Skripsi sarjana, Universitas Satya Negara Indonesia].
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.

- Ulumudin & Lumiu. (2024). Penilaian Kualitas Produk dalam *Platform* Digital. Jurnal Teknologi Informasi.
- Umar, H. (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Rajawali Pers.
- We Are Social. (2024). Digital 2024: Indonesia. [Online]. Diambil dari laporan statistik penggunaan internet dan media sosial.
- Wulandari. (2023). Ketidakpastian dalam Transaksi *Online* dan Keputusan Konsumen. Jurnal Perilaku Konsumen.
- Yulianto, A. Y., & Prabowo, R. E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di *TikTok Shop* (Studi Pada Pelanggan *TikTok Shop* di Kota Semarang). Jurnal Ekonomi.
- Zagoto. Y. Dan Yuli Yati. M. T & Pambudi. R. & Cikdan. mukadi (2022) *Peran Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Dimasa Pandemi*. Jurnal Peradaban Masyarakat, 2 (1) pp; 37-4).
- Zulkarnaen, M. F. (2023). Sistem Survei Kepuasan Masyarakat Pada Pembuatan Kartu Tanda Penduduk. Jurnal Ilmiah Ikip, 9(2).
- Sudarsono, S. (2020). Big data and content marketing on purchase decisions online in Indonesia. American Journal of Economics and Business Management, 3(1), 168–177.
- Harjadi, D. (2021). Experiential marketing & kualitas produk dalam kepuasan pelanggan generasi milenial. Penerbit Insania.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing management (16th ed.). Pearson.

- Paulus, P. (2020). Manajemen pemasaran dan penetapan harga dalam bisnis modern. Pustaka Utama.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). Principles of marketing (17th global ed.). Pearson Education.
- Nugraha, D. A. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan kepercayaan terhadap minat individu menggunakan teknologi digital. *Jurnal Profita*, 9(1), 15–28.
- Maharani, A. D. (2010). Analisis pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Mega Semarang (Skripsi/Tesis, Universitas Diponegoro).
- Wardani, K. A., & Rahyuda, I. K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap kepercayaan serta minat beli ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(4), 1450–1470.
- Ismail, M., Sahabuddin, R., Idrus, M. I., & Karim, A. (2022). Faktor mempengaruhi keputusan pembelian pada online marketplace pada mahasiswa Universitas Hasanuddin. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 49–59.