

## DAFTAR REFERENSI

- Adnan, A. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2), 1-9.
- Adnan, A. (2019). The Effect of Product Quality, Brand Image, Price, and Advertising on Purchase Decision and its Impact on Customer Loyalty of Morinaga Milk in Aceh. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(4), 234-249.
- Aprilianti, Bachri, N., Biby, S., & Muchsin. (2023). Green Marketing Dan Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 7(1), 109125. <http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/view/6739%0Ahttp://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/viewFile/6739/3726>
- Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ariyanti, N. E. D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Whitelab Secara Online Di Aplikasi Lazada (*Doctoral dissertation*, Universitas Nasional).
- Azizah, N., Wahyudi, E. R., Nissa, K., Wahyudi, A. F., & Ummah, S. K. (2019). Pemberdayaan Istri Nelayan Melalui Pelatihan Digital Marketing Strategy (DMS) Darah Biru. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 131-141.
- Bachri, N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Belanja Online Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh. *Jurnal Visioner & Strategis*, 9(1).
- Bahri, H., Bachri, N., Saharuddin, S., Sutriani, S., & Zulkifli, Z. (2023). Factors Influencing Young Muslim Women's Decisions in Buying Halal Skincare. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 24(1), 01-09. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v24i1.1003>
- Batu, R. L., Afifah, F. N., Baihaqi, H., & Pramesti, I. (2019). Seberapa Besar Kualitas Produk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Sensus Pada Komunitas Honda Beat Purwakarta). *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 112-119.
- Chang, PC, Jia, C., & Wang, Z. (2010). Realokasi dana bank dan pertumbuhan ekonomi: Bukti dari Tiongkok. *Jurnal Perbankan & Keuangan*, 34 (11), 2753-2766.

- Dessyaningrum, C., Samsir, S., & Efni, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Mobile, Harga, Dan Kualitas Produk Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Situs Shopee. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(3), 439-459.
- Dewantoro, D., Aryani, L., & Marzuki, F. (2020, November). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne. *In Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1, 278-293.
- Dewi, D. P., & Salam, A. (2020). Prosedur Administrasi Jasa Pengiriman Barang Di Pt Citra Van Titipan Kilat Tangerang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sekretari/Administrasi Perkantoran*, 7(7).
- Edyansyah, T., Ahyar, J., Ilham, R. N., Chalirafi, C., & Ikramuddin, I. (2022). the Influence of Segmenting, Targeting and Positioning Strategies on Purchase Decisions At Zhalsa.Id Stores in Lhoksukon City. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi,&Akuntansi(MEA)*,6(3),12531262.<https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2540>
- Fahmi, M., Prayogi, M. A., & Jufrizen, J. (2018). Peran kepercayaan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas website terhadap loyalitas pelanggan online shop. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 121-130.
- Fatimah, F. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di era digital (Studi Kasus pada Ritel Tradisional di Desa Balung Lor Balung Jember). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1).
- Heikal, M. (2017). Pengaruh citra merek dan distribusi terhadap keputusan pembelian pada PT. Harian Waspada Medan. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 18(1)
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Ilham, D. A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Online Store Lazada Sebagai E-commerce Terpercaya Di Indonesia. *Jurnal Simsi-Economic*, 1(4), 11.
- Jayati, M. (2021). Operasional Di Tang Palace Restoran Hotel Jw Marriott Surabaya Pada Saat Pandemi Covid-19. *Diss. D3 Perhotelan*.

- Juniariska, S., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Gempol). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(12).
- Kundisari, D. (2016). Analisis Penerapan Sistem Informasi Terhadap Kinerja Pengiriman Barang Untuk Meningkatkan Efektivitas Dan Efisiensi Pt. Wonokoyo Jaya Corporindo. *E-Journal Akuntansi" EQUITY"*, 2(1).
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD. id Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(3), 1-13.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Nansi, M. R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan Jasa Pengiriman Barang. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 317-324.
- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2016). Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Pavlou, K., Zambirinis, S., Mourouzis, T., & Bala, R. (2018). Buying. com: a decentralized e-commerce network.
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). Digital Marketing, E-Wom, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial Unmus*, 11(1), 48-56.
- Rafidah, I., & Djawoto, D. (2017). Analisis keamanan kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online di Lazada. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(2).
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh digital marketing, kepercayaan dan kualitas produk terhadap niat beli (Studi pada akun Instagram Kawaii Coklat).
- Sánchez-Franco, M. J., Peral-Peral, B., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2014). *Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. Computers & Education*, 74, 81-97.
- Saputra, M. R., & Riyadi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Pada Pt Surya

- Jaya Cargo Di Sandul. Profit: *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 165-174.
- Sari, V. A., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 453-464.
- SETHI, M., BABY, S., & DAR, V. (2019). Monetary policy transmission during multiple indicator regime: A case of India. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(3), 103-113.
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi kasus pada nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan). *Journal Of Management*, 2(2).
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (*Trust*) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 3(3), 111-119.
- Silviana, M. (2020). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Sosial Media (Studi Kasus Di Kecamatan Bone-Bone) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Palopo).
- Soenawan, A. D., Malonda, E. S., & Aprilia, A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), 395-409.
- Sugiono, J. P. S. (2019). Pengaruh Persepsi Atas E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa (Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang).
- Teo, T. S., & Liu, J. (2007). Consumer trust in e-commerce in the United States, Singapore and China. *Omega*, 35(1), 22-38.
- Tusanputri, A. V., & Amron, A. (2021, October). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. *In Forum Ekonomi* 23(4), 632-639.