

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2017). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astutik, I. D., Suyanto, U. Y., Purwanti, I., & Yaumi, S. (2022). *Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee: Analisis Harga dan Kualitas Produk dimoderasi Kepercayaan Konsumen*. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2169-2184.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi *Snacks* Malang. *JISOS: JURNAL ILMU SOSIAL*, 1(2), 85-104.
- Barnes, J.G. (2018). *Secrets of Customer Relationship Management*. Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan, Yogyakarta: Andi.
- Fadila, A., Bulan, T. P. L., & Amilia, S. (2021). Pengaruh Kepercayaan, *Electronic Word Of Mouth* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Shopee Di Pangkalan Brandan. *JIM: Manajerial Terapan*, 1(1), 20-27.
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 106-113.
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang) (*Doctoral dissertation*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, S. (2012). *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen: Teori & Aplikasi*. 1–350
- Irfanudin, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Semarak*, 2(1), 1-20

- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329-339.
- Kotler, P., & Garry, A. (2012). *Principles Of Marketing Global Edition*. Chicago: Pearson Education.
- Kotler,P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Terjemahan Benyamin Molan, penerbit Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Garry, A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13*. Terjemahan Imam Nurmawan, penerbit Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Garry, A. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Terjemahan Imam Nurmawan, penerbit Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Garry, A. (2014). *Principle Of Marketing 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Garry, A. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Terjemahan Wihelmus W.
- Kotler,P., & Keller, K. L. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran, penerbit Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Magfira, N. (2019). Pengaruh kualitas barang terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee (Studi pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Makassar) (*Doctoral dissertation*, Universitas Negeri Makassar).
- Mowen dan Minor (2013:201). 2016. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 3(1):1. doi: 10.21043/bisnis.v3i1.146
- Murnilawati, M., Hairudinor, H., & Rasyidi, M. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai

- Variabel *Intervening* Di Rumah Makan “Andina” Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provinsi Kalimantan Tengah. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 8(1), 1-9.
- Muslimah, S., Hamid, R. S., & Aqsa, M. (2021). Analisis Dampak Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online*: Perspektif *Marketing MIX*. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 137-150.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Ramadani, M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko handphone. *IqtishaDequity jurnal Manajemen*, 1(2).
- Silitonga, H. P., Syamsuri, A. R., Halim, A., Haryani, D. S., Sangadji, S. S., & Samad, A. (2020). Pemasaran" Hasil pemikiran dari Para Dosen Berbagai Perguruan Tinggi di Indonesia (*Book Chapter-*)" (No. h7p6v). *Center for Open Science*.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta. ANDI
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Witarisma, S. W. (2021, September). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee. In Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (821-829).