

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D. dkk. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI.
- Amin, H., & Isa, Z. (2021). "The Role of Customer Trust in Enhancing Customer Loyalty in E- Commerce." *International Journal of Business and Management Studies*, 10(3), 23-34.
- Amin, M. (2016). Kualitas Produk dan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 15-25.
- Ang, L., Lee, C., & Zailani, S. (2021). "Building Customer Trust in E-Commerce Platforms." *Journal of Business Research*, 124, 347-356.
- Anggraeni, R. & Sari, N. (2020). "Peran Kepercayaan dalam Pemasaran E-Commerce di Indonesia." *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 21(1), 22-34.
- Arikunto, S. (2018). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brousseau, E., & Sabi, S. (2008). The Economics of E-Commerce: A Review. *Journal of Industrial Economics*, 56(3), 421-457.
- Chen, L., Smith, J. R., & Johnson, M. K. (2023). The impact of product quality on e-commerce purchase decisions: A Southeast Asian perspective. *Journal of Consumer Behaviour*, 22(4), 512-528.
- Desfitriady. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis, dan Manajemen*, 7(2), 24-28.
- Dharmawan, I., & Putri, M. (2020). "Dimensi Kepercayaan dalam Pemasaran dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen." *Jurnal Pemasaran Terapan*, 18(2), 102-115.
- Fajar, M., & Yulianto, A. (2022). Tantangan Manajemen Pemasaran di Era Digital di Indonesia. *Jurnal Pemasaran dan Teknologi*, 13(4), 215-223.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS Update pls Regresi Edisi 7. Depok: Rajawali Pers.
- Haryanto, S. (2018). Loyalitas Merek dan Keputusan Pembelian pada Konsumen. *Jurnal Ilmiah Pemasaran*, 8(1), 35-45.
- Indonesian Journal of Business and Finance. (2024). Indonesia E-commerce Market Report 2024
- Indonesian Journal of Business and Finance. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Konsumen) di Erha Skin Padang. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(1), 85-112.



Handayani, R. & Wijaya, S. (2022). Peran kepercayaan dalam keputusan pembelian e-commerce: Studi kasus di Kota Makassar. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 10(1), 45-60.

Kartika, L. & Alamsyah, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di E-Commerce melalui Pengalaman Pengiriman Barang. *Jurnal Logistik dan Manajemen Rantai Pasokan*, 16(2), 75-89.

Kementrian Perdagangan 2023

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson..

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-commerce 2016: Business, Technology, Society*. Pearson.

Lipton, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Molla, A., & Licker, P. S. (2005). E-commerce Systems Success: An Attempt to Extend the DeLone and McLean Model. *Journal of Electronic Commerce Research*, 6(4), 231-242.

Nilawati & Nelzi Fati. (2023). *Metodologi Penelitian*. Sumatra Barat: Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh.

Nopiah. (2014). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 123-135.

Prasetyo, D., Anwar, M., & Wibowo, P. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Digital." *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 18(1), 90-101.

Pratiwi, R. & Santoso, A. (2022). Peran Kepercayaan dalam Memediasi Hubungan Kualitas Produk dan Niat Beli Ulang. *Jurnal Bisnis Digital*, 8(3), 112-125.

Putra, A., & Dewi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Kepercayaan Konsumen dalam E-Commerce. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 15(1), 78-89.

Putra, I. G. N. W., & Lestari, D. (2021). "Pengaruh Media Sosial terhadap Pembangunan Kepercayaan Merek di Era Digital." *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 23(1), 25-39.

Rahim, R. dkk. (2021). *Metodologi Penelitian Teori dan Praktek*. Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Inndonesia.

Rahmawati, M., & Wibowo, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Fashion di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 19(2), 45-58.



ti, N., & Wijayanti, D. (2019). Manajemen Pemasaran Digital di Indonesia. *al Pemasaran Digital*, 11(3), 123-133.

- Referensi: Suyanto, E. (2016). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi*. Salemba Empat.
- Santoso, A. & Rahayu, D. (2023). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap peningkatan keputusan pembelian di e-commerce: Studi kasus di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 145-160.
- Sari, D. M. (2019). Pengaruh Harga dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 8(1), 45-56.
- Sari, D. & Pratama, A. (2023). Pengaruh kualitas produk terhadap peningkatan keputusan pembelian konsumen e-commerce. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 5(2), 78-92.
- Sebastian, I., & Mulyana, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Industri FMCG di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 18(2), 123-139.
- Septyanto (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen pada Industri Makanan Ringan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 45-56.
- Setiadi, N. (2014). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* (2nd ed.). Kencana
- Setiawan, A., & Purwanto, Y. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek dan Keputusan Pembelian di Pasar Indonesia." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 25(2), 132-143.
- Setiawan, I. D., & Suryani, S. (2019). "Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Berulang di Sektor Ritel." *Jurnal Pemasaran Modern*, 17(4), 71-83.
- Setiawan, I., & Mulyana, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Industri FMCG di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 18(2), 123-139.
- Setiawan, T., & Pratiwi, A. (2022). "Kepercayaan Konsumen dalam Pemasaran Berkelanjutan: Dampaknya terhadap Loyalitas Merek." *Jurnal Pemasaran dan Bisnis Berkelanjutan*, 19(1), 65-77.
- Setyawan, D. A. (2021). *Modul Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Surakarta; CV. Tahta Media Group.
- Siregar. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*, Jakarta: Kencana.
- Situmorang, S. E., & Purnama, S. (2020). "Kepercayaan Konsumen dalam E-Commerce: pengaruh terhadap Perilaku Pembelian." *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 12(3), 9.



(2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: beta.

Sukoco, B., & Rachman, A. (2018). Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi. Salemba Empat.

Supriyanto, A. (2020). Manajemen Pemasaran pada Perusahaan Retail di Indonesia. Jurnal Manajemen Pemasaran, 15(2), 95-104. Artikel ini membahas pentingnya analisis pasar untuk menentukan strategi yang relevan di sektor retail Indonesia.

Suryanto, T. & Kurniawati, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian di E-Commerce. Jurnal Manajemen Pemasaran, 12(2), 45-59.

Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2018). Total Quality Management. Yogyakarta: Andi.

Turban, E., King, D., Lee, J. K., & Chung, H. M. (2018). Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective. Springer

WWW. STATISTA.GO.ID.

Yazid. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 5(2), 45-50.





Optimized using
trial version
www.balesio.com