

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry, H. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.184>
- 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-Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(1), 71–78. www.fe.unisma.ac.id
- Asianti Nainggolan, R., Humala Sitorus, D., Putera Batam, U., & Soeprapto Muka Kuning, J. R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee Di Kota Batam*. 23(2), 49.
- Alghifari, A.f., dan Rahayu, T.S.M. 2021. “Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto.” *Jurnal Manajemen* 15(2): 223–36.
- Anggraini, Novita, Qodariah Barkah, and Titin Hartini. 2020. “Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang.” *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi* 4(1): 26.
- Dessyaningrum, C. (2020). Pengaruh Kualitas Mobile, Harga dan kualitas Produk dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal TEPAK Manajemen Bisni*, 12(3), 439– 459.
- Frastica, Jessica Riri, and Jhon Veri. 2024. “PENGARUH HARGA , PROMOSI DAN PROGRAM GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI
 VARIABEL INTERVENNING PADA PLATFORM E-
 COMMERCE TIKTOK SHOP (STUDI KASUS PADA
 MASYARAKAT KOTASUNGAI
 PENUH).” 8(9).

- Hakim, C., Prasetya, A., & Yulianto, E. (2014). (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2), 1– 6.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>
- Hidayah, A. R., Venata, A. F., & Wulandari, B. I. (2022). *Minat Generasi Z Terhadap Belanja Online Di Dusun Banjarejom Kabupaten Kediri. In Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS) (Vol. 1, pp. 23-31). 23–31.*
- Hendriansa, Hendriansa, Qodariah Barkah, and Titin Hartini. 2021. “Analisis Pengaruh E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Bisnis Ritel Syariah Busana Muslim Di Kota Palembang.” *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains* 10(2): 249–58.
- Hanifa, Haura, and Suci Rahma Nio. 2023. “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Riset Psikologi* 6(1): 9.
- Ike Kusdyah Rachmawati, Yunus Handoko, Fenia Nuryanti, Maulidia Wulan, & Syarif Hidayatullah. (2019). *Seminar Nasional Sistem Informasi (Senasif) 2019 Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. September.* <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/issue/view/senasif-2019>
- Irdha Yusra, and Widia Wati Rizki. 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): 85–113.

- Iskandar, Dani, and Muhammad Irfan Bahari Nasution. 2019. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU)." *Proseding Seminar Nasional 76 Kewirausahaan* 1(1): 128–37. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3590>
- Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). Analisis Persepsi Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 49–57. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i2.1011>
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- Izzah Nur Masyithoh, & Ivo Novitaningtyas. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>
- Jamilah, N. A., Akhmad, I., & dkk. (2021). Pengaruh Harga dan Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Online Tokopedia Saat Pandemi Covid 19. *Ecounbis Economics Accounting and Business Journal*, 1(1), 308–318. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecounbis/article/view/240>
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir. (2019). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(13), 38–51. www.indotelko.com
- Jurnal, J., & Mea, I. (2022). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 6(3), 38–51.
- Julia, Mela, and Alifah Jiddal Masyuroh. 2022. "Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan Dan Strategi Organisasi." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*

3(4): 383–95.

Karim, R., Wolok, T., & Lesmana Radji, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online di kalangan mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 5–24.

Kapriani, Kapriani, and Ibrahim Ibrahim. 2022. “Analisis Pengaruh Diskon Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food Pada Masa Pandemi.” *SEIKO : Journal of Management & Business* 5(2): 2022–2395. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2050>.

Kaharudin, Erlitawati, David Triyono, and Alexander Nova Vernando. 2021. “Analisis Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Kualitas Website, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 8(2): 1–8.

Laila, Eky Jumrotul, and Tri Sudarwanto. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik QTA Ponorogo.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 6(1): 1–9.

Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 203. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.2.203-213>

Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>

Maulana, R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Aerostreet. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(2), 127–138. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Meliana, Sulistiono, Budi Setiawan, Sulistiono. 2013. “Pengaruh Kualitas

Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian STUDI KASUS PADA GIANT HYPERMARKET.” *Jimkes* 1(3): 8.

Minarti, I., Niha, S. S., Augustin, M., & Amaral, L. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Kupang Yang Dimediasi Minat Beli. *Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19: Membaca Peluang Dan Tantangan*, September, 406–421. <https://journal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe/article/view/545>

Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Growth*, 20(2), 361. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>

Pratama, Dian Wahyu, and Suryono Budi Santoso. 2018. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk Stuck Original.” *Jurnal Manajemen* 7(2): 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

Rafi, F., & Hermina, N. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung). *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(4), 2252–2258. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i4.1857>

Rizki, M., Khulidatiana, K., Kusmanto, I., Lubis, F. S., Silvia, S., Surayya Lubis, F., Teknik Industri, J., Sains dan Teknologi, F., Sultan Syarif Kasim Riau Jl Soebrantas No, U. H., & Baru, S. (2022). Aplikasi End User Computing Satifaction pada Penggunaan E- Learning FST UIN SUSKA. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 19(2), 154–159. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin/article/view/14730>

Rorie, A. G. S., Tumbel, A. L., & Gunawan, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan

- Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia. The Effect Of Trust And Perceived Risk On E-Commerce Purchase Decisions On Tokopedia.Com In Noongan Village, Langowan Barat District. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 6(1), 365–370.
- Rahayu, Sri. 2021. “Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia.” *Mbia* 20(1): 40–50.
- Rahmawan, Ginanajar, and Rizki Hidayat. 2020. “Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tokopedia.” *Jurnal Manajemen* 12(2): 227–32. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>.
- Sari, D. P., & Soliha, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia di Kota Semarang. *Proceeding SENDIU Journal*, 2013, 341–348.
- Sari, Purnama, Johan Mohammad Palah, and Putri Ambarwati. 2023. “Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tiktok Shop: Daya Tarik Konten, Gratis Ongkos Kirim Dan Harga Flash Sale Sebagai Pemicu.” *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 4(01): 85–100.
- Shoffi’ul, A., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2019). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–113. www.fe.unisma.ac.id
- Solihin, D. (2020). The Effect of Customer Trust and Promotion on Consumer Purchasing Decisions at Mikaylaku Online Shop with Purchase Intention as an Intervening Variable. *Journal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
- Supriyadi, Supriyadi, Wahyu Wiyani, and Ginanjar Indra Kusuma Nugraha. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Bisnis dan 77 Manajemen* 4(1): 74–85.

- Sugesti, H., Handayani, -Senny, Dian Hidayat, -Raja, & Ayu Feriana, -Sarlyn. (2024). *Pengaruh Iklan Sosial Media Instagram Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Tokopedia Di Kota Bandung*. 14.
- Simanjuntak, Demak Claudia Yosephine, Vicdy Anche Salimi, Vincent Louis, and Toni Johanes. 2020. "Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9(7): 2872.
- Salma, Farah Annisa, Saryadi Saryadi, and Andi Wijayanto. 2022. "Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11(4): 758–63.
- Ustman, Mohammad, and Aniek Wahyuati. 2020. "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 9(6): 15.
- Wijaya, Vernando Satria, and Yohan Wismantoro. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah Asuransi Jiwasraya Cabang Kudus." *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis* 2(2): 101–13.
- Yang, V., & Widiyanto, G. (2023). Pengaruh Harga, Promo Gratis Ongkir, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Marketplace Shopee. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).
<https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/2536>
- Yudhistira, Vega, and Finisica Dwijayati Patrikha. 2021. "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Kepercayaan Sebagai Mediator (Studi Pada Produk Fashion Online Di Surabaya)." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9(2): 1237–43.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40553>.
- Yulistiyan, N., Afwa, A., & Puspita, A. (2024). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Event Tanggal Kembar Shopee di Pekanbaru. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah*

Keagamaan Dan Kemasyarakatan, 18(1),

20. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2971>