

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. (2018). *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi*. Yogyakarta : Andi.
- Alya, L. (2021). Pengaruh Sales Promotion Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen*, 125-134.
- Amstrong, K. H. (2017). *Principles Of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education.
- Anwar, M., Kurniati, R. R., & Krisdiyanto, D. (2022). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *JIAGABI*, 97-104.
- Arifin, F., Aisyah, S., & Mustapita, A. F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada E - Commerce Shopee. *Riset Manajemen*, 106-116.
- Balhmar, M. A. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 19-37.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium*, 1-15.
- Disa, S. M., & Kesuma, T. M. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Konsumen Di Portal E-Commerce Zalora. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 202-223.
- Ernawati, R., Dwi, a. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 200-218.
- Fitriana, R., & Chadhiq, U. (2020). Pengaruh E-Commerce dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen*, 86-96.
- Ghozali, I. &. (2015). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Aplikasi Smart PLS 3.0 Edisi 2*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, S., & Sinuraya, C. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pengendalian Internal Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce. *Jurnal Akutansi*, 100-111.
- Islamiyah, N., Hidayati, N., & Rizal, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang. *Riset Manajemen*, 156-167.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Manajemen (Edisi 15e)*. Boston: Pearson Education.
- Kurniawan, I. C., & Remiasa, M. (2021). Analisa E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention. *Manajemen Perhotelan*, 75–83.
- Lonardi, S., Wong, P. L., Hutabarat, F. M., Nugroho, N., & Supriyanto. (2021). Peranan Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

- Pengguna E-commerce Shopee Di Politeknik Cendana. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 80-85.
- Luthfianti, R., & Dewi, C. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayan, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas. *e-Proceeding of Management*, 1393-1400.
- Mambu, T. R., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2021). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Productivity*, 79-84.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *ECOBISMA*, 43-53.
- Oktaviani, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. *Mahasiswa Manajemen*, 2798-1851.
- Prasetya, A. Y., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Online Maxim Pada Keputusan Pembelian. *e-Proceeding of Management*, 6105-6119.
- Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktik Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Putri, A. H., & Lumbanbatu, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Web Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada. *Apresiasi Ekonomi*, 222-231.
- Santosa, F. D., & Baisyir, F. (2021). Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Pada Pengguna E-Commerce Zalora Di Wilayah Kota Bekasi Berdasarkan Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Konsumen. *Bisnis dan Manajemen*, 65-77.
- Sari, D. P., & Soliha, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Proceeding SENDIU*, 341-348.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. In Sugiyono. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Syahrir, Danial, Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir dan Lautan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *JURNAL INSPIRASI & MANAJEMEN*, 67-86.
- Tjiptono, F. &. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: ANDI.
- Wahyudi, Nurmiati, Farild, M., & Bakhtiar, F. (2021). Fungsi Mediasi Kepercayaan pada Pengaruh Kepuasan. *Manajemen & kewirausahaan*, 94-102.
- ZALORA - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. (2022). Diakses Desember 2022, dari <https://id.wikipedia.org/wiki/ZALORA>

10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal II 2022 | Databoks. (2022).
Diakses 5 Desember 2022, dari

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-ii-2022>