

DAFTAR PUSTAKA

- A. Partanto, Pius Dan Al Barry, M. Dahlan. (2001). Kamus Ilmiah Populer, Surabaya: Arkola
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing On Brand Loyalty*. Free Press.
- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, M., ... & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Ahadiah, N (2024). Pengaruh Popularitas Merek, Daya Tarik Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Ulang Pada Produk Skincare Eksfoliasi Cleora Beauty.
- Alanmi, M., & Alharthi, S. (2023). The Impact Of Digital Marketing On Consumer Buying Behavior In Saudi Arabia: Brand Popularity As A Mediator. *Journal Of Business And Management Review*, 4(6), 412-438.
- Al-Fajri, F., Utomo, R. G., & Al Makky, M. (2023, August). *Comparative Analysis Of The Quality Of Tiket.Com And Traveloka Applications Using The E-Servqual Method On User Satisfaction. In 2023 11th International Conference On Information And Communication Technology (Icoict)* (Pp. 383–387). Ieee.
- Alhamidi, E. M. A. (2022). Peran Kepemimpinan Transformasional Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. *Jurnal Integrasi Sumber Daya Manusia*, 1(1), 52–62.
- Aliah, A. U., & Riananditasari, N. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Tiket.Com Periode 2021. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(5), 1485–1490.
- Angiopora P Marius, Dasar-Dasar Pemasaran, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo, 1999).
- Anwar, M. A. M., & Widodo, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Traveloka Dalam Aplikasi Online Travel Agency Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Telkom University. *Eproceedings Of Management*, 11(6).
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko, Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs

Jual Beli Tokopedia.Com. *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 134–148.

Anggraini, W., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. *Technobiz: International Journal Of Business*, 6(2), 86-96.

Anjani, K. P. D., Wimba, I. G. A., & Yoga, G. A. D. M. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Warisan Eurindo Di Dalung, Kerobokan, Kedonganan. *Widyaamrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(1), 115- 125

Anwar, R. N., & Aprillia, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *E-Commerce Fashion* Muslim Hijup Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1).

Aprilya, C., & Setiawan, T. (2021). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Capital Structure Dan Financial Performance (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar 2015-2019). *Relevan: Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 113-122.

Ariansyah, A. P. (2023). Pengaruh Popularitas Merek Dan Celebrity Endorser Arief Muhammad Terhadap Minat Beli Baso Aci Akang. *Journal Of Accounting And Business Studies*, 8(1).

Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.

Arifin. (2007). *Teori Keuangan Dan Pasar Modal*. Yogyakarta: Ekonisia.

Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Bsd Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), 29–36.

Azwar, S. (2005). *Dasar-Dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi (Jamane)*, 1(1), 1–14.

Batu, R. L., Suryani, N. I., Septia, N., & Sekaryahya, P. F. (2020). Pengaruh Harga Dan Inovasi Layanan Aplikasi Terhadap Keputusan Penggunaan

Jasa Taksi Express: Survei Pada Pengunduh Aplikasi Express Taxis. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sdm*, 1(1), 1-22.

Berkowitz, E. N. (2002). *Marketing*, (3rd Ed.). Boston: Homewood

Boyd. W, *Manajemen Pemasaran (Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global)*, (Jakarta: Erlangga, 2000), H. 264.

Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics And Tips To Develop Your Business*. Online. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Buchari, Alma. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Cooksey, R. W. (2020). Descriptive Statistics For Summarising Data. In R. W. Cooksey (Ed.), *Illustrating Statistical Procedures: Finding Meaning In Quantitative Data* (Pp. 61–139). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-15-2537-7_5

Creswell, J. W. (1994). *Research Design: Qualitative And Quantitative Approaches*. Thousand Oaks, Ca: Sage Publications.

Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik*, 9(1), 104–112.

Derry Mayendra. (2011). *Budaya Populer*. Digital Marketing Specialist Mass Communication Gunadarma University. <https://derrymayendra.blogspot.com/2011/10/Budaya-Populer.html>

Ermanwan, A. P., & Mubarak, D. A. A. (2025). How Brand Awareness And Pricing Strategy Shape Consumer Decisions: An Evidence From Indonesian Local Fashion Brand. *Dynamic Management Journal*, 9(2), 451-463.

Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori Dan Aplikasi*.

Ghozali. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik, Dan aplikasi Menggunakan Program Smart Pls 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitasdiponegoro.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem)*. Sage Publications.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem)* (3rd Ed.)

- Handayani, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Samakoi Farm, Purbalingga. *Economics, Social, and Humanities Journal (Esochum)*, 1(2), 95-110.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558-572.
- Haryono, S. (2016). Metode Sem: Amos, Lisrel, Pls. *Jakarta: Pt. Intermedia Personalia Utama.(Indonesian)*.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102.
- Hibberts, M., Burke Johnson, R., & Hudson, K. (2012). *Common Survey Sampling Techniques*. In L. Gideon (Ed.), *Handbook Of Survey Methodology For The Social Sciences* (Pp. 53–74). Springer New York.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*.
- Irwan, I., & Adam, K. (2015). Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Pdam Unit Camming Kab. Bone). *Teknosains: Media Informasi Sains Dan Teknologi*, 9(1), 53-68.
- Ismanto, W., Munzir, T., Tanjung, R., Lestari, L., & Ashari, E. (2022). Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Dimensi*, 11(1), 200–210.
- Iswandir, I. (2020). Hubungan Iklan, Penjualan Pribadi, Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kecap Abc (Studi Kasus Di Wilayah Rt. 13 Rw. 02 Rawa Buaya Cengkareng). *Jurnal Mitra Manajemen*, 11(1).
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss.
- Juli, E. K. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Brand Love Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 1-13
- Kamisa, N., Putri, A. D., & Novita, D. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan

- Konsumen (Studi Kasus: Pengguna Shopee Di Bandar Lampung). *Journals Of Economics And Business*, 2(1), 21-29.
- Kevin, D. (2019). *Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt. Arista Sukses Abadi Tanjung Pinang* (Doctoral Dissertation, Stie Pembangunan Tanjungpinang).
- Kim, J. H., & Min, D. (2014). The Effects Of Brand Popularity As An Advertising Cue On Perceived Quality In The Context Of Internet Shopping. *Japanese Psychological Research*, 56(4), 309–319.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip Dan Armstrong, (2001), *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jilid 1 Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Oleh Damos Sihombing, Mba., Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principles Of Marketing* (10th Ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Pt. Indeks. Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Marketing Management* (14th Ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*. Global Edition. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing* (17th Ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson.
- Kotler, Philip And Gary Armstrong. (2018). *Principles Of Marketing*, 17th Edition, Pearson Education Limited, United Kingdom.
- Kristianti, T. R., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Tingkat Kepercayaan Konsumen Dan Minat Kunjungan Wisata Kuliner Kota Bogor. *Prologia*, 4(2), 393-401
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 18(1), 33–38.

- Listiani, L. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen (Studi Pada Pengguna Allofresh Di Jakarta) (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Lutfi, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kehandalan, Dan Jaminan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa (Studi Pada Kp Jne Mojoagung) (Doctoral Dissertation, Stie Pgri Dewantara).
- Mahmudah, A. K. (2021). Pengaruh Minat Beli Ulang, Popuularitas Merek, Kepercayaan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Epress Di Blitar).
- Mandiri, A., & Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan, 8(1).
- Mangkunegara, Prabu Anwar. 2002. Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. Cetakan Kedua. Pt. Refika .Aditama Bandung.
- Manihuruk, B. K. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Tiket. Com (Studi Kasus Masyarakat Kota Medan).
- Maswar, M.(2017).Analisis Deskriptif Nilai Uas Ekonomitrika Mahasiswadengan Program Spss 23 & Eviews 8.1. Jurnal Pendidikan Islam Indonesia, 1(2), 273-292. <https://doi.org/10.35316/jpii.v1i2.54>
- Mcknight, D.H., Choudhury, V., Kacmar, C. (2015). Developing And Validating Trust Measures For *E-Commerce*: An Integrative Typology. Inf. Syst. Res. 13(3), 334-359.
- Morgan, Robert M And Shelby Hunt 1994, "The Commitment-Trust Theory Of Relationship Marketing" *Journal Of Marketing* 58:20-38
- Mowen, Michael Minor. (2012). Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Kelima. Jakarta : Erlangga
- Mugiono, K., & Mudiantono, M. (2012). Analisis Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Sabun Mandi Padat Lifebuoy Di Semarang (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Nasution, T. A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategic Business-It Alignment: Studi Kasus Pada Universitas Muhammadiyah Riau.

- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua. *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–12.
- Nomleni, A. B., Sakunab, M. M., Moda, F., Djuang, G., & Fallo, A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket. *Com. Organize: Journal Of Economics, Management And Finance*, 2(2), 97-106.
- Nufus, A., Mujayanah, A., Asfiah, A., Hidayat, W., Peristiwo, H., & Fitri, F. (2024). Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Belanja Mahasiswa Febi. *Moneter: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 2(3), 323–333.
- Nugroho, A.W. (2016). Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Yamaha Di Semarang. *Eprints. Dinus. Ac. Id/8615*.
- Nur, D. S., & Octavia, A. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Mediasi Pada Marketplace Shopee Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(2), 387-399.
- Nursiti, N., & Giovenna, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Ogden-Barnes, S., & Minahan, S. (2015). *Sales Promotion Decision Making: Concepts, Principles, And Practice*. New York: Business Expert Press.
- Pasi, L. N. K., & Sudaryanto, B. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Reviews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(4).
- Peter, J Dan Jerry C Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keempat. Jakarta, Erlangga.
- Prawiro, M. (2018). Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Konsep, Dan Contohnya. *Retrieved Oktober, 23, 2021*.
- Purwanto, T., & Sumiyati, S. (2024). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Depot Air Minum (The Effect Of Product And Price On Drinking Water Depot Consumer Decisions). *Akuntansi Bisnis & Manajemen (Abm)*, 31(1).

- Putra, T. M., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2019). Analisis E-Service Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Website. *Budgeting: Journal Of Business, Management And Accounting*, 1(1), 1-9.
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian *Online*. *Jesya: Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 5(1), 25–36.
- Rahmawati, I., & Illiyin, R. (2021). Pengaruh Motivasi, Persepsi, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hp Oppo. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(1), 103–112.
- Ramdhan, R., Komariah, K., & Jhoansyah, D. (2023). Analisis Reputasi Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Of Economic, Business And Accounting (Costing)*, 7(1), 2795–2801.
- Rahmadanni, R., Nuringwahyu, S., & Hardati, R. N. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka. *Com. Jiagabi (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(1), 102-109.
- Riyanto, K., & Suriyanti, S. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Desain *Website*, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tiket.Com Di Bekasi. *Jurnal Pelita Ilmu*, 15(1), 42–47.
- Rizki, M., & Wijaya, Z. R. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Kaos Merk Welltraf Di Cianjur. *Optimal Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 177-188.
- Rukmana, P. U., Pratiwi, O. N., & Fakhurroja, H. (2023). Perbandingan Analisis Sentimen Aplikasi Traveloka Dan Tiket. Com Pada Twitter Dengan Metode *Support Vector Machine*. *Jurnal Sistem Cerdas*, 6(3), 241-250.
- Rumaidlany, D., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mc Donald's Di Palmerah Jakarta Barat. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 102.
- Rusyidi, Abubakar. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, M. P., Rachman, L. A., & Ronaldi, D. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk You. *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (Jebi)*, 1(2).
- Schiffman, Leon G., Dan Kanuk, Leslie Lazar. 2009. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa Zulkifli Kasip. Jakarta : Pt. Indeks Group Gramedia.

- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. And Hansen, H. (2012) Consumer Behaviour: A European Outlook, Pearson Education. Pearson Education. Doi: 10.1007/S11096- 005-3797-Z.
- Sengkey, G. T., Tampi, J. R., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembeli Jasa Traveloka. Com Di Kota Manado. Productivity, 3(2), 168-173.
- Shabilla, P. A., Listyorini, S., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Traveloka Di Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 11(3), 605-613.
- Shimp, T.A. 2010, Advertising, Promotion, & Other Aspects Of Integrated Marketing Communication, 8th Edition. South-Western: Cengage Learning.
- Sholichah, U. L., Safia, A. R. D., Maghfiroh, M. I., & Kamila, E. R. (2025). Pengaruh Event Tanggal Kembar Dan Diskon Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Dengan Emosi Konsumen Sebagai Mediasi. Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen, 6(2), 252-260.
- Sholikah, A. M., Nunik, Y., Amelia Trisavinaningdiah, T. R. D., & Tri Endi Ardiansyah, N. P. (2021). Manajemen Pemasaran Saat Ini Dan Masa Depan. Cirebon: Insania.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52.
- Siregar, R. G. (2020). Studi Pustaka Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Harga, Promosi, Kepercayaan, Citra Merek Dan Kualitas Produk Pada Toko Online Gudanggrosiran. Com. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 1(2), 560-572.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian secara online. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41-52.
- Sudaryono, S. (2011). Aplikasi Analisis (Path Analysis) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel Dalam Penelitian. Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan, 17(4), 391-403.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Suhendra, J. M., & Millanyani, H. (2021). Pengaruh E-Marketing Mix Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Di Tiket. Com. Eproceedings Of Management, 8(5).
- Suleman, E., Katili, M. R., & Zakaria, A. (2025). Evaluasi Kepuasan Pengguna Aplikasi Grab Menggunakan Model Eucs Di Provinsi

- Gorontalo. Diffusion: Journal Of Systems And Information Technology, 5(1), 1-15.
- Sumanto. 2014, Teori Dan Aplikasi Metode Dan Penelitian, Yogyakarta: Caps Publishing
- Untoro, J. (2010). Ekonomi. Kawahmedia. Jakarta.
- Vedrian, R., Rakib, M., Mustari, M., Dinar, M., & Ahmad, M. I. S. (2022). Pemanfaatan Media Dalam Promosi Pariwisata Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kepulauan Selayar (Studi Pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Selayar). *Economic Education And Entrepreneurship Journal*, 5(2), 184-199.
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From Multi-Channel Retailing To Omni-Channel Retailing. *Journal Of Retailing*, 91(2), 174–181.
- Wardhana, Aditya, Et Al. (2019). *Riset Pemasaran*. Bandung: Anugrah Adi Cipta.
- Wijaya, G. E., & Kuswoyo, C. (2022). Pengaruh Kemenarikan Desain Website Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 115-126.
- Wijaya, H. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Sport Yamaha Yzf-R25 Di Kota Cilegon. *Jurnal Intent: Jurnal Industri Dan Teknologi Terpadu*, 1(1), 90-99.
- Wijayanti, S. (2022). Pengaruh ‘Brand Image’ Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo/Oppo Pada Mahasiswa. *Mizania: Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(2), 208–213.
- Yawan, H., Setiawan, A. R. P., Nurfirmansyah, M. N., Al-Multazim, M. F., Budiman, N. K., Prehanto, A., & Nuryadin, A. (2024). Pengaruh Strategi Harga Dan Kualitas Layanan Dengan Preferensi Pembelian Pelanggan Di *Platform E-Commerce* Shopee. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 197-208.
- Zainal Abidin Mohd, Pengurusan Pemasaran, (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa, 1992) H. 240.
- Zalni & Abror (2019) Pengaruh Reputasi, Electronic Word Of Mouth Dan Web Quality.