

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, S. L., Djemly, W., & Samadi, R. L. (2024). Pengaruh Aksesibilitas dan Perceived Enjoyment terhadap Keputusan Pembelian pada Wisata Kuliner di Jalan Flamboyan Kecamatan Sario, Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 12(3), 1192–1203.
- Amalia, F., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Bukalapak di Banyuwangi. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 205–212.
- Aminah, I., Areros, W. A., & Asaloei, S. I. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Online pada Mahasiswa Fispol Unsrat. *Productivity*, 4(4), 478–485.
- Angel, & Heryenzus. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, dan Accessibility terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Lubrikan Jasa Tama. *EJournal UPBatam*, 1–9.
- Aprilia, I. E., Putri, A. B., & Sanusi, A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1).
- Baiti, A. N., & Soedia. (2024). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kembar Store Sidomulyo di Lampung Selatan. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(6), 1822–1827.
- Desfitriady, Afifah, W. N., & Ikrimah, A. L. M. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis, Dan Manajemen)*, 7(2), 125–136.
- Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 113–123.
- Engka, I. E., Pelleng, F. A. O., & Keles, D. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifeboy di Kantor PT. Unilever Indonesia. *Productivity*, 2(3), 192–197.
- Fatkhurrahman, M., & Yahya. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Online Via Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(9).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*

(Edisi 8) (Cetakan Ke). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gurtner, N., Gurtner, S., Laub, L., Zuber, A., & Däniken, T. Von. (2025). Same same, but different: consumers' decision – making process and psychological disempowerment in the digital society psychological disempowerment in the digital society. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 33(3), 470–500. <https://doi.org/10.1080/10696679.2024.2361431>
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan Pendidikan. *Dinamika Pembelajaran: Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2).
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In *CV. Pustaka Ilmu Group*. CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Harjo, K. T., Saputri, L. G. E. A., Peong, H. K., Lery, Y. C., & Wadhi, Y. P. H. (2025). Pengaruh Harga, Akses, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Batu Cermin, Labuan Bajo. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2), 29713–29722.
- Herlian, D. R. (2024). *Hubungan antara Kepercayaan Konsumen dengan Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Online pada Mahasiswa Informatika Universitas Mikroskil* [Universitas Medan Area]. <https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/25343/1/208600119-DaraRizkiaHerlian-Fulltext.pdf>
- Innukertarajasa, I. M., & Hayuningtias, K. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Sikap Konsumen dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7881–7889.
- Irawati, S., Musahidah, U., & Hilwa, W. (2025). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Snack Makar Makanan Rakyat. *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–22.
- Karim, R., Wolok, T., & Radji, D. L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Online di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 88–100.
- Khoiriyah, L., & Mulyanto, H. (2024). Analisis Pengaruh Aksesibilitas dan Faktor-Faktor Potensial terhadap Keputusan Pembelian Rumah: Studi Kuantitatif di Bekasi, Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan*

Akuntansi, 2(10), 59–69.

- Kiraman, A., Umar, Z. A., & Juanna, A. (2022). Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 809–818.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen and Brand Management* (15th ed.). Pearson Pretice Hall.
- Mambu, T. R., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2021). Kepercayaan Konsumen , Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano. *Productivity*, 2(1), 79–84.
- Marpaung, G. P. (2024). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area* [Universitas Medan Area]. <https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/25423/1/208600097-GabrielPrawiraMarpaungFulltext.pdf>
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(3), 1370–1385.
- Mujahid, A. (2023). Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Ardha di Sampit. *E-Jurnal Surplus (Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 3(1), 34–42.
- Mukti, W. P. (2024). Pengaruh Display Produk dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Elektronik Kusuma Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 5(2).
- Mutaqin, A. Z., Ali, H., Khan, M. A., Sawitri, N. N., & Navanti, D. (2025). Pengaruh Keberagaman Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian Produk Omah Furniture. *Jurnal Riset Ilmiah*, 2(2), 1066–1081.
- Mutia, N., & Ramadhan, A. T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Online Manajemen ELPEI*, 4(2), 1019–1029.
- Novianto, O., Santoso, H. T., Dewi, R., Karnain, B., Sugiharto, & Daengs Gs, A. (2024). Analisis 5 (Lima) Tahapan Proses Keputusan Pembelian terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Universitas 45 Surabaya dalam Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1).

- Nugraha, F. A., Adha, S., & Irawan. (2025). Pengaruh Aksesibilitas dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Cafe Waroeng Kebon). *Desanta: Indonesian of Interdisciplinary Journal*, 242–252.
- Panggabean, J. S., Sipahutar, H., & Lubis, R. H. (2024). Pengaruh Ragam Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Mahasiswa*, 6(4), 15–26. <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v6i4.503>
- Panwar, D., Anand, S., Ali, F., & Singal, K. (2019). Consumer Decision Making Process Models and their Applications to Market Strategy. *International Management Review*, 15(1), 36–44.
- Permatasari, D. D., & Yulianto, A. E. (2024). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mc. Donald Manyar Kertoarjo pada Masyarakat Umum. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(9).
- Purnama, N. I., Nasution, M. F. H., & Astuti, R. (2022). Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di 212 Mart. *Jurnal AKMAMI: Akuntansi, Manajemen, EKonomi*, 3(1), 74–86.
- Purnomo, E. C. (2025). Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Abu Faruq Sampit. *Open Journal Systems*, 19(06), 4863–4874.
- Rahayu, P. D., & Djawoto. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(10), 1–20.
- Rahayu, T. P., Subagyo, & Widodo, M. W. (2022). Pengaruh Aksesibilitas dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian dengan Jaminan Rasa Aman sebagai Variabel Intervening. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 727–735.
- Rahmawan, A. (2024). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Ocha Bangunan Sampit. *E-Jurnal Surplus (Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 1–8.
- Ramadhani, F. Y., & Ali, H. (2025). Determinasi Keputusan Pembelian: Analisis Strategi Pemasaran, Perilaku Konsumen dan Teknologi. *Dinasti Information and Technology*, 2(4), 145–155.
- Rorie, A. G. S., Tumbel, A. L., & Gunawan, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce pada Tokopedia.com di Desa Noongan, Kecamatan Langowan Barat. *Jurnal LPP< Bidang EkoSosBudKum*, 6(1), 6–7.

- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (Cetakan I). KBM Indonesia.
- Samuel, Subhi, F. A., & Febrianti, R. Z. (2024). Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Chevilly Resort and Camp. *Journal of Event, Travel, and Tour Management*, 4(1), 35–49. <https://doi.org/10.34013/jett.v4i1.1647>
- Santika, A. A., Saragih, T. H., Muliadi, Kartini, D., & Ramadhani, R. (2023). Penerapan Skala Likert Pada Klasifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Agen BRILink Menggunakan Random Forest. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi*, 11(3), 405–411. <https://doi.org/10.26418/justin.v11i3>.
- Satria, E. (2023). Keputusan Pembelian yang Ditinjau dari Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk (Studi Kasus pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau). *E-Jurnal Al-Dzahab*, 4(2).
- Septi, R., Pebrianti, F., & Astuti, D. (2025). Pengembangan Strategi Pemasaran Makanan Kriuk untuk Meningkatkan Penjualan. *Journal of Business Economics and Management*, 01(03), 369–372.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis. [https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4881/1/Anisa](https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4881/1/Anisa%20Metodologi%20Penelitian%20Kuantitatif.pdf) Buku
- Sudirjo, F., Wahyuningsih, D., Wijayanto, G., & Wahyono, D. (2024). *Teori Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (A. Asari (ed.); Pertama). Mafy Media Literasi Indonesia. <https://repository.um.ac.id/5535/1/fullteks.pdf>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. In Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, & Sholeh, Y. (2024). Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Lokasi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko SRC Tiga Berlian, Banyubunih, Kec. Galis. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 1519–1538.
- Sunandar, R. A., & A Riski, D. (2025). Pengaruh Kepercayaan dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Product Otsky pada E-Commerce Shoppe di Bandar Lampung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 8(2), 326–338.

- Suryawan, T. G. A. W. K., & Cahyani, N. M. Y. (2023). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian UD. Aryawan Denpasar Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 9(2), 1–11.
- Syaharni, D. S., Gustian F, E., & Sirait, S. (2021). Kebijakan UMKM Nuriza Snack dalam Meningkatkan Produktivitas, Efisiensi, dan Pendapatannya. *Point: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2).

