

DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari, A. Y., & 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*. 15(2).
- Aulia Rosmaniar, Wandoyo, R., Kusuma, A., & Sanjaya, V. F. (2020). The Pengaruh Citra Merek, Diskon, dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Swalayan Chandra Lampung). *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMAAnD)*, 2(2), 20–27. <https://doi.org/10.46757/demand.v2i2.114>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Cahya, A. P. P., & Suyono. (2023). Pengaruh Konten Marketing dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 3, 629–636. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim>
- Chrisanta, A. E., & Rokhman, N. (2022). Pengaruh kemudahan, keamanan, kepercayaan dan e-service quality terhadap keputusan pembelian secara online pada e-commerce shopee. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 23–34.
- Devi, D. A. C. R., & Indiani, N. L. P. I. (2023). *Pengaruh e-service quality, promosi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada lazada di era covid-19*. 6, 53–67.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Hakim, A., Simanjuntak, M., & Hasanah, N. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Instagram: Peran Trust sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 14(3), 296–309. <https://doi.org/10.24156/jikk.2021.14.3.296>
- IPrice. (2022). *Peta E-Commerce Indonesia*. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian (untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis)* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Kemp, S. (2023). *DIGITAL 2023: INDONESIA*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Marketing Management 9e Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol* (Revisi). PT Prenhallindo.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Global Edition*. In Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kusnanto, D., Oktaviany, R. A., & Rahma, R. (2020). Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 40–47. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.912>
- Listiyana, Rita Alvin, & Nur Qomariah. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Online Repurchase Intention dengan E-Trust Sebagai Mediator pada Pengguna Tokopedia (Studi pada Follower Instagram Tokopedia). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(4), 2007–2028. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i4.300>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://www.jstor.org/stable/258792>
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359. <https://doi.org/10.1287/isre.13.3.334.81>
- Nurgiyantoro, B., Gunawan, & Marzuki. (2017). *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu Sosial (Teori & Praktik dengan IBM SPSS Statistic 21)*. UGM Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Puspita, Y. D., & Setyowati, W. (2023). Determinan Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Grabfood Di Kota Bandung. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 102–115. <https://doi.org/10.35829/magisma.v11i1.283>
- Puspitasari, F. (2008). *Apakah Diskon Itu?* (Y. Astuti (ed.); Pertama).
- 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.
- Safuan, N. M. I., & Khazuani. (2018). Pengaruh Kualitas Website, Diskon, dan Kesadaran Terhadap Keputusan Pembelian di Zalora (Studi pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(10), 1–15.
- Sawlani, D. (2021). *Keputusan Pembelian Online Kualitas Website, Keamanan,*

dan Kepercayaan. Scopindo Media Pustaka.

- Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Pengguna Situs BukaLapak di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 251–260. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26331>
- Simamora, V., & Fauziah, S. (2019). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Terhadap E-Customer Loyalty Pada E-Commerce. *Journal for Business and Entrepreneurship*, 3(3), 1–12. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/JBE/article/view/5229%0Ahttp://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/JBE/article/download/5229/1971>
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2018). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset.
- Suaidi, I., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). *Pengaruh persepsi risiko, e-trust dan e-service quality terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee saat terjadi pandemi covid-19*. 4(4), 787–797.
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2012). *SPSS untuk Paramedis*. Gava Media.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Syahrir, Danial, Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*. IPB Press.
- Wuisan, D. S. S., Candra, D., Tanaya, M. A., Natalia, V., & Bernarto, I. (2020). *Pengaruh Website Design Quality dan E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Sociolla E-Trust Sebagai Variabel Mediasi* (pp. 55–67).
- Yusuf, M., & Ifada, N. (2021). *E-Commerce: Konsep dan Teknologi* (Cetakan 1). Media Nusa Creative.