

DAFTAR PUSTAKA

- Rohman, A. (2017). *Dasar Dasar Manajemen*. Malang : Intelegensia, Media.
- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi*. Malang: AE Publishing.
- Andrian, *et. al.* (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri
- Aulia, T. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2), 58-69.
- Balawera, A. (2013). Green marketing dan corporate social responsibility pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen melalui minat membeli produk organik di Freshmart kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Bressoles, G., & Durrieu, F. (2011). *Service Quality, customer value and satisfaction relationship revisited for online wine websites in 6th AWBR International Conference*. Bordeaux Management School.
- Chase, R.B., Jacobs F.R., & Aquailano, N. (2006). *Operation Management For Competitive Advantage with Global Chase*. Prentice Hall.
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Kota Lhokseumawe. *Pemilik: Riset dan Jurnal Akuntansi* , 6 (2), 1812-1829.
- Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya).
- Diyanto, J. O. (2021). THE INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS & MANAGEMENT The Effect of Website Quality and Perceived Risk on Repurchase Intention Mediated by Trust on Lazada Consumer. 9(2017), 259–266.
- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Firdaus, F. *et. al.* (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini
- Fukuyama, M. (2018). “Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society”. *Japan Economy Foundation Journal - Japan SPOTLIGHT*.

https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf. diakses tanggal 27 Agustus 2019.

- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hamid, R. S. et. al. (2023). *Ilmu Manajemen Pemasaran. Pendekatan Praktis Dengan Berbagai Teori*
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi aksara.
- Hidayatullah, D., Rohman, F. F., & Sari, N. K. (2022). Peran Digital Marketing sebagai Skills Kewirausahaan di Era Society 5.0. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5(2), 163-174.
- Imaduddin, I., Hakim, M., Mannipi, WA, Husain, F., Sulfianti, A., & Amirullah, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan Grab Food Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Makassar. *SEIKO: Jurnal Manajemen & Bisnis* , 6 (1).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Juwita, D., & Handayani, A. N. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 2(5), 249-255.
- Kotler, P., & Kartajaya. (2016). *Marketing 4.0. Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- 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.
- Lukiyana, L., & Ramafita, D. (2024). Kepuasan Konsumen Memoderasi Pengaruh E-Service Quality dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Zenius di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 206-212.
- Malau, Ha. (2017). *Manajemen pemsaran*. Alfabet cv. Bandung.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta.

- Manullang, F. A. (2023). Pengaruh Service Quality, Trust dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Online PT Great Seasons Travel. Doctoral dissertation. Prodi Manajemen.
- Marlinda, P., & Anggraini, R. (2020). Peningkatan Kualitas Pelayanan Kepolisian Dalam Upaya Menangani Pengaduan Masyarakat Pada Kantor POLSEK Lima Puluh Kota Pekanbaru. *Jurnal Administrasi Publik dan Bisnis*, 2(2), 19-23.
- Miranda, R., & Nurdasila, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Jasa Transportasi Simpati STAR di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(2), 310-321.
- Moon, Y. J. (2013). The tangibility and intangibility of e-service quality. *International Journal of Smart Home*, 7(5), 91-102.
- Muhfizar, at. al. (2021). *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). Pengaruh Ketersediaan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 169-178.
- Mustari, M. (2022). *Administrasi dan Manajemen Pendidikan Sekolah*. Bandung : Prodi S2 Studi Agama-agama UIN Sunan Gunung djati Bandung.
- Pasa, E. G., Wulandari, J., & Adistya, D. (2020). Analisis e-trust, e-WOM dan e-service quality dalam keputusan pembelian online. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 63-75.
- Putri, F. A. P., & Patrikha, FD (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Aplikasi Soco. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis* , 4 (2), 449-460.
- Rahayu, E. (2018). *Pengaruh e-service quality terhadap e-customer satisfaction dan e-customer loyalty pada Toko Online shopee (studi kasus pada pengguna Toko Online Shopee)* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Rifky, A. F. (2020). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Satisfaction* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

- Sari, M. P., Rachman, L. A., & Ronaldi, D. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk YOU. *Jurnal Enterpreneur dan Bisnis (JEBI)*, 1(2).
- Sari, N.A., & Arifin, D.N. (2021). Analisis Dimensi Brand Trust Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Pengguna Simcard Im3 Mahasiswa Febis Unikarta). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*.
- Sarinah, & Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Depublish.
- Sagala, N. C. R. I., Purbawati, D., & Listyorini, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Layanan GoFood Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 266-275.
- Setiawan, W., & Muhajirin, M. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Grab: Studi Pada Konsumen Kota Bima. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 1(4), 81-98.
- 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.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Cetakan Pertama. Tim UB Press.
- Sholikah, et. al. (2021). *Manajemen Pemasaran : Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Syahkuan, J. (2022). *Manajemen Statetik Dalam Organsasi*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1148-1160.
- Yusuf, A. (2022). *Manajemen Pemasaran 1*. Bandung: Insan Cendikia Mandi