

DAFTAR PUSTAKA

- Feriyadita, F. and Tamami, N. 2021. Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian lapis kukus pahlawan surabaya. Jurnal Pamator Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo, 14(2), 128-140. <https://doi.org/10.21107/pamator.v14i2.11014>
- Fure ,Ferdyanto., Laplan, Joyce., Taroreh., Rita. 2015. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.CO Manado.Jurnal EMBA ISSN 2303-1174, Vol.3 No.1, hal. 367-377.
- Gunawan, Y. and Tjokrosaputro, M. 2024. Memprediksi niat pembelian apartemen: peran perceived risk, subjective norms, dan perceived behavior control dengan trust sebagai mediasi dalam theory of planned behavior. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 8(1), 54-68. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i1.28401>
- Hapsari, F. M., Sudarwati, S., & Marwati, F. S. (2022). Pengaruh brand trust, media sosial dan online consumer review terhadap minat beli. Jurnal Manajemen, 14(1), 91-97. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i1.10747>
- Harahap,Kartini.2023.Metode Penelitian Kualitatif,vol3,h.43
- Hiola, R. 2022. Efek interaksi pemanfaatan media promosi pada strategi digital marketing dan perilaku konsumen terhadap minat beli konsumen. Paradoks Jurnal Ilmu Ekonomi, 5(4), 285-295. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v5i4.512>
- Hiola. "Efek Interaksi Pemanfaatan Media Promosi Pada Strategi Digital Marketing dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen." Paradoks Jurnal Ilmu Ekonomi, 2022. doi:10.57178/paradoks.v5i4.512.
- Ismawati, D. (2019). *Pengaruh Penggunaan Akun Instagram" DuniaHalal" Terhadap Keputusan Pembelian Barang* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah).
- Jayabaya, P. and Madiawati, P. 2018. Pengaruh penerapan bauran pemasaran digital terhadap minat beli pengguna kereta api melalui aplikasi mobile kai

access.Jurisma Jurnal Riset Bisnis & Manajemen, 8(2).
<https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i2.1002>

Lien, Che-Hui., Wen, Min-Jye., Huang., LiChing., Wu, Kuo-Lung. 2015. Online Hotel Booking : The Effects of Brand Image, Price, Trust and Value on Purchase Intentions. Asia Pacific Management Review

Linardi, R., Goh, T., Julitawaty, W., & Syawaluddin, S. 2022. Pengaruh perilaku konsumen dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada pt. mulia cipta abadi medan. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 22(3), 1645.
<https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2665>

Littlejohn, Stephen W, Karen A.Foss, and John G. Oetzel, *THEORIES OF HUMAN COMMUNICATION Eleventh Edition, Waveland Press, Inc.*, 2017, LIII

Putri, N, A, & Sri S, I. 2019. Factors Driving Purchasing Decisions on Shopee. Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika Vol. 8 No. 2 /November 2019 hal 69-77

Purba, L. K., Fitriani, D., & Andini, W. (2022). Paradigma Penelitian Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif. *TARBIYAH: Journal of Educational Science and Teaching*, 1(1), 6-12.

Ria Yunita Dewi.2016. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.Com).

Rizky, T. and Sadida, N. (2019). Hubungan antara job insecurity dan employee well being pada karyawan yang bekerja di perusahaan yang menerapkan phk di dki jakarta. Jurnal Empati, 8(1), 329-335.
<https://doi.org/10.14710/empati.2019.23651>

Roro, F, Febriani. Budi Sudaryanto. 2018. Pengaruh brand image dan Kualitas Layanan terhadap kepercayaan dan Keputusan Pembelian Pada took online (Studi pada konsumen Olx.co.id dikota Semarang). Journal of management Volume7, Nomor 2 ,Tahun 2018, ISSN(Online):2337-3792. Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.

Semnesia.<https://semnesia.com/blog/data-statistik-ecommerce-indonesia>.

Setyoastuti, P. and Saragih, E. (2021). Pengaruh persepsi karyawan atas praktik corporate social responsibility perusahaan terhadap komitmen

organisasional karyawan. *Journal of Management and Business Review*, 18(2), 464-477. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v18i2.297>

Sholihin, S. and Oktapiani, M. 2021. Pengaruh strategi digital marketing terhadap minat beli konsumen di era pandemi covid-19. *Coopetition Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 365-371. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.607>

Sholihin, S. and Oktapiani, M. 2021. Pengaruh strategi digital marketing terhadap minat beli konsumen di era pandemi covid-19. *Coopetition Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 365-371. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.607>

Siregar, A. 2024. Studi literature: hubungan e-wom dan keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 50-58. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.547>

Siregar, R. "Engaruh Pengguna Tagline Gratis Ongkir Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Muslim (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan)." Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2022.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA 2015

uzone.id.2025.<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fuzone.id%2Fbibli-dikabarkan-lakukan-phk-300-karyawan-kena-dampaknya>

Yunita, Canta. 2022. Penerapan Metode Technology Acceptance Model dalam Mengukur Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli." *Jurnal Sosial Teknologi*,. doi:10.59188/jurnalsostech.v2i5.338.

Zamrudi, Z., Suyadi, I.,& Abdillah,Y.2016.The Effect of Social Commerce Construct and Brand Image on Consumer Trust and Purchase Intention. *Jurnal Universitas Brawijaya*,1–13.\