

DAFTAR PUSTAKA

- Adesanya Ibidapo, T. (2022). From Industry 4.0 to Quality 4.0 An Innovative TQM Guide for Sustainable Digital Age Businesses. In *From Industry 4.0 to Quality 4.0*. This Springer imprint. <https://link.springer.com/bookseries/10101>
- Ambarwati, V., & Mathori, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga pada Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Mediasi: Studi pada Konsumen Rocket Chicken di Kota Yogyakarta. *Jurnal Simki Economic*, 7(2), 621–630. <https://jipied.org/index.php/JSE/article/view/847>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Prouk (B. Nasution (ed))*. PT Inovasi Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=twopage&q&f=true>
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). Manajemen pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media. In M. S. Maya Meutia, Rizka Henny, S.IK. (Ed.), *Liberty, Yogyakarta*. Deepublish.
- Astutik, I. D. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Moderating*. 02(03), 6.
- Budhiartini, N. L. P., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online pada Tokopedia di Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 229–237. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.39650>
- Cyrilla Wilda Rizani, Hichmaed Tachta Hinggo, & Hammam Zaki. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(2), 366–376.
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>
- Febriana, A., & Yusnita, R. T. (2021). ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK DAN STRATEGI MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DENGAN MODEL TUPPERWARE PARTY (survei pada member dan konsumen Tupperware di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(2), 154–166. <https://doi.org/10.36423/jumper.v2i2.668>

- Garcia, J. M., Freire, O. B. D. L., Santos, E. B. A., & Andrade, J. (2020). Factors affecting satisfaction and loyalty to online group buying. *Revista de Gestao*, 27(3), 211–228. <https://doi.org/10.1108/REGE-02-2018-0037>
- Gün, İ., & Söyük, S. (2025). The serial mediation effect of perceived quality and customer satisfaction on the relationship between trust and repurchase intention: a research on private health insurance owners. *BMC Health Services Research*, 25(1), 257. <https://doi.org/10.1186/s12913-025-12269-9>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Evaluation of Formative Measurement Models*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5
- 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. Springer.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- J., D. N., & Setiadi, S.E., M. M. (2019). *PERILAKU KONSUMEN: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi Copyright 2003. June, 75*. https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen/HdxDDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=perilaku+konsumen&pg=PA3&printsec=frontcover
- Mailina, I. N., & Rosmita. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada CV. Mutiara Madu Kuansing*. 113, 13–33.
- Mansouri, H., Sadeghi Boroujerdi, S., & Md Husin, M. (2022). The influence of sellers' ethical behaviour on customer's loyalty, satisfaction and trust. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(2), 267–283. <https://doi.org/10.1108/SJME-09-2021-0176>
- Manurung, C. R., Rosida, & Sarwoto. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi(Studi Kasus pada Follower Instagram Scarlett)*. 3(1), 94– 106.
- Ningrum, D. S., & Sukma, R. P. (2024). Pengaruh E-WOM Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Trust. *Innovative: Journal Of Social Science ...*, 4, 16597–16607. <http://j->

innovative.org/index.php/Innovative/article/view/12161%0Ahttps://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/12161/8471

- Pasaribu, L. N., & Purba, K. (2020). The influence of trust on the online purchase decisions with buying interest on the social networking site Instagram: case study of online shop users on Instagram. *Research, Society and Development*, 9(10), e8669109119. <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i10.9119>
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*. PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI).
- Ramadhan, R. F., Alfitman, & Besra, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan E-WOM pada Keputusan Pembelian Konsumen pasca Pandemi Covid- 19 dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 879–884. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.597>
- Simarmata, M., Taufik, E. ., & Damarwulan, L. (2021). Mediasi Kepercayaan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Produk Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace (Survey pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa* , 5(1), 33–47. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM>
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Alfabeta*. CV. https://www.academia.edu/118903676/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Kualitatif_dan_R_and_D_Prof_Sugiono
- Sulistiowati, W. N., Ibrahim, M. B. H., Irawan, A., M, M., & Pasolo, F. (2021). Analisis Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pembelian Produk Madu Bina Marga Wamena). *The Journal of Business and Management Research*, 4(1). <https://doi.org/10.55098/tjbmr.v4i1.41>
- Ulyani, U., Edy, L., & Mulyono, H. (2024). *Pengaruh Green Marketing , Brand Image dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware di Kota Mataram*. 5(2), 160–166. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v5i2.623>
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behaviour* (M. P. . Pradana (ed.); Vol. 4, Issue 1).

Welsa, H., Cahya, A. D., & Fajarningrum, A. R. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel* 8(2), 419–426.
<https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.24649>

