

DAFTAR PUSTAKA

- Abarna, K. R., Vijayalakshmi, V., & Andal, V. (2023). Impact of Risk And Trust on The Purchase Decision of Online Shopping Customers - A Study with Reference To Chennai City. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4). <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1150>
- Adhy, S. (2025). *SPBU Shell Masih Ramai Pembeli Usai Isu Pertamina Oplosan*. <https://otomotif.katadata.co.id/news/spbu-shell-masih-ramai-pembeli-usai-isu-pertamax-oplosan-14325>
- Adib Jamiluddin, M., & Arifianti, E. R. (2025). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Gasoline 92 di SPBU Indomobil Podorejo. *CENDEKIA : Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah*, 2(2), 312–319. <https://doi.org/10.62335/CENDEKIA.V2I2.276>
- Aditya, R. (2024). *Pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian barang di marketplace facebook dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi (Studi Kasus Para Pengguna Marketplace Facebook di Kota Pekalongan dan Kabupaten Pekalongan)*. <http://etheses.uingusdur.ac.id/9283/>
- Alayiddrus, A. S., & Rizqi, R. M. (2023). Pengaruh Kemampuan Dan Integritas Dalam Meningkatkan Minat Pembelian. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 3(3), 844–854. <https://doi.org/10.47709/JEBMA.V3I3.3119>
- Andrew, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Smartphone Merek Samsung Di Jakarta*.
- Andrilia, Y. R., Maman, U., & Dwiningsih, E. (2022). *Pengaruh harga dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran organik melalui aplikasi whatsapp di PT Agro Organik Indonesia Kota Tangerang Selatan*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/65504>
- Anwar, R. N., Handayani, E. N., Quintania, M., Nova, F., & Putra, F. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Bahan Bakar Minyak Pertamina di Wilayah Jakarta Timur. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 14(5), 2023. <https://doi.org/10.59188/COVALUE.V14I5.4155>
- Arianto, N., Asmalah, L., & Rahmat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 194 – 203. <https://doi.org/10.32493/JPKPK.V5I2.18521>

- Assauri, S. (2017). *MANAJEMEN PEMASARAN: Dasar, Konsep & Strategi*. Rajawali Perss.
<https://www.scribd.com/document/328442216/MANAJEMEN-PEMASARAN>
- Ayu, R. D. (2024). *Mengenal RON 92 pada BBM, Kelebihan, dan Kekurangannya*.
<https://www.tempo.co/arsip/mengenal-ron-92-pada-bbm-kelebihan-dan-kekurangannya-1160555>
- Ayuningrum, R. (2025). *Ini Daftar Harga BBM di Seluruh SPBU, Ada yang Baru Turun*. <https://finance.detik.com/energi/d-7898411/ini-daftar-harga-bbm-di-seluruh-spbu-ada-yang-baru-turun>
- Azizi, D. H., Hildayanti, S. K., & Kurniawan, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Banda Baru Palembang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1292–1303. <https://doi.org/10.35870/JEMSI.V10I2.2309>
- Azri, A. K., Yulasmi, & Khairi, A. (2025). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Café Mie Pedas Marapi, Lubuk Basung, Kabupaten Agam | Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/article/view/2360>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2024). *Angkatan Kerja (AK) Menurut Golongan Umur - Tabel Statistik - Badan Pusat Statistik Indonesia*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/Njk4IzI=/angkatan-kerja--ak--menurut-golongan-umur.html>
- BBC News. (2025). *Pertamina: Dirut Pertamina minta maaf soal korupsi minyak mentah, warga yang mengadu ke LBH Jakarta terus bertambah – “Ada yang usul Pertamina dibubarkan saja.”* <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cpdexpj2xleo>
- BBC News Indonesia. (2025). *Pertamina: Kronologi dua pejabat Pertamina jadi tersangka baru kasus korupsi minyak mentah, diduga memerintahkan “oplos” atau blending RON 90 jadi Pertamax*. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/czxn8100w9do>
- Bolang, J. (2025). *Jumlah Kendaraan Bermotor di Banten Naik Drastis, Tembus 8,4 Juta Unit pada 2024, Tangerang Tertinggi - Manado Post*. <https://manadopost.jawapos.com/mpedia/286126005/jumlah-kendaraan-bermotor-di-banten-naik-drastis-tembus-84-juta-unit-pada-2024-tangerang-tertinggi?>
- Bonga, H. P., Rambulangi, A. C., & Marewa, J. B. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Konsumen pada UD Discho Indah di Tana Toraja. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 719–728. <https://doi.org/10.56799/EKOMA.V3I6.4479>

- Cahyani, E. (2024). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom), Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (pada Pengguna Produk Glad 2 Glow di Shopee)*.
- Celios & LBH Jakarta. (2025). *How Much Is Society Losing from Diluted Pertamina? A Summary of Public Complaints & Consumer Loss Modeling*. <https://celios.co.id/berapa-banyak-kerugian-masyarakat-dari-pertamax-oplosan/>
- Choirunnisa, Y. (2022). *Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Terhadap Konsumen Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri)*. <https://etheses.iainkediri.ac.id/4476/>
- Damayanti, F., Saputra, M. H., & Rahmawati, F. (2023). Dampak Citra Merek dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen pada Pengguna Produk PT. Unilever Indonesia. *Journal of Applied Business and Banking (JABB)*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.31764/JABB.V4I1.14033>
- Daviq, U. A. F. (2025). *Penjualan Pertamina di SPBU Malang Menurun Gegara Isu Oplosan*. <https://www.metrotvnews.com/read/kj2CEd9M-penjualan-pertamax-di-spbu-malang-menurun-gegara-isu-oplosan>
- Dewi, R. K., & Adhi, I. S. (2025). *Macam-macam BBM dengan RON 92 yang Tersedia di Indonesia, Berapa Saja Harganya?* <https://www.kompas.com/tren/read/2025/02/27/190000265/macam-macam-bbm-dengan-ron-92-yang-tersedia-di-indonesia-berapa-saja>
- Disdukcapil Tangerang Selatan. (2022). *Jumlah Penduduk per Kecamatan Berdasarkan Jenis Kelamin Kota Tangerang Selatan Data Konsolidasi Bersih (DKB) Semester I Tahun 2022*. <https://disdukcapil.tangerangselatankota.go.id/uploads/demografi/KESELURUHAN1662371785401.pdf#page=2.00>
- Ditjen Migas ESDM. (2025). *Buku Statistik Minyak dan Gas Bumi Semester I - 2024*. https://migas.esdm.go.id/cms/uploads/informasi-publik/Stat_tahunan/Statistik-Migas-Semester-I-2024.pdf
- ESDM Migas. (2024). *Data Penyalur BBM PT Pertamina Patra Niaga (Retail) Tahun 2024*. https://migas.esdm.go.id/cms/uploads/informasi-publik/BU_hilir/minyak_tw12024/penyalur_PPN_26062024.pdf
- Fahmi, M., Indayani, L., & Yani, M. (2024). Analisis Kualitas Produk Persepsi Harga dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ikan Mas Koki melalui Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 852–867. <https://doi.org/10.31955/MEA.V8I3.4547>
- Febriani, S. (2022). *Analisis Deskriptif Standar Deviasi*.

- Firmansyah, & Assifa, F. (2025). *Penjualan Pertamina Turun 50 Persen, Pertashop Terancam Bangkrut*.
<https://regional.kompas.com/read/2025/03/12/140103778/penjualan-pertamax-turun-50-persen-pertashop-terancam-bangkrut>
- Frastica, J. R., Yulasmi, & Veri, J. (2024). Pengaruh Harga, Promosi dan Program Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Platform E-Commerce Tiktok Shop (Studi Kasus pada Masyarakat Kotasungai Penuh). *Jurnal Ekonomi Dirgantara*, 8(9), 89.
<https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jed/article/view/4314>
- Ghobbe, S., & Nohekhan, M. (2023). *Mental Perception of Quality: Green Marketing as a Catalyst for Brand Quality Enhancement*.
<https://arxiv.org/pdf/2312.15865>
- Ginanjari, R. P. A. (2025). *Pakar ITB: Zat Aditif Yang Ditambahkan Ke BBM Berfungsi Sebagai Deterjen*. <https://www.tempo.co/hukum/pakar-itb-zat-aditif-yang-ditambahkan-ke-bbm-berfungsi-sebagai-deterjen-1215272>
- 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*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hanum, H., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(4), 465–480.
<https://doi.org/10.32639/JIMMBA.V5I4.478>
- Harjadi, D., & Gunawan, W. H. (2022). *Dampak Iklan dan Kualitas Produk, Kepercayaan Merek Mie Sedaap sebagai Variabel Intervening dalam Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Milenial Kabupaten Kuningan)*. 6(1), 2022.
- Hashifah, S. N., & Nasution, A. E. (2024). Pengaruh E-WOM dan Price Terhadap Purchase Decision Melalui Consumer Trust Pada Kopi Kenangan di Cabang Medan Resort City. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(2), 1458–1474. <https://doi.org/10.36778/JESYA.V7I2.1660>
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 14–28.
<https://doi.org/10.38035/JMPD.V1I1.18>
- Indrawan, R. (2023). *Ini Inisiatif PHR Kejar Target Produksi Minyak 1 Juta Barel di 2030*. <https://www.dunia-energi.com/ini-inisiatif-phr-kejar-target-produksi-minyak-1-juta-barel-di-2030/>

- Indriawati, T. (2025). *Imbas Kasus BBM Oplosan, Penjualan Pertamina Merosot, Pertashop Terancam Bangkrut*. <https://www.kompas.com/kalimantan-timur/read/2025/03/12/190216488/imbasp-kasus-bbm-oplosan-penjualan-pertamax-merosot-pertashop>
- Jamal, A. I., & Waluyo, A. (2022). Analisis kualitas produk, label halal, dan harga terhadap keputusan pembelian Tempe: Peran mediasi kepercayaan konsumen. *Journal of Halal Industry Studies*, 1(2), 54–67. <https://doi.org/10.53088/JHIS.V1I2.363>
- Jamshidi, D., Rousta, A., & Shafei, R. (2023). Social media destination information features and destination loyalty: does perceived coolness and memorable tourism experiences matter? *Current Issues in Tourism*, 26(3), 407–428. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.2019204>
- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 489–500. <https://doi.org/10.36778/JESYA.V7I1.1421>
- Jusuf, I. (2025). *Imbas Isu Pertamina Oplosan, Warga Tangsel Pilih BBM Merek Lain - tangselxpress.com*. <https://tangselxpress.com/2025/02/28/imbasp-isu-pertamax-oplosan-warga-tangsel-pilih-bbm-merek-lain/>
- Kaharudin, E., Triyono, D., & Nova Vernando, A. (2021). Analisis Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Kualitas Website, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 1–8. <https://doi.org/10.21107/JSMB.V8I2.12046>
- Kankam, G., & Charnor, I. T. (2023). Emotional intelligence and consumer decision-making styles: the mediating role of brand trust and brand loyalty. *Future Business Journal*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00239-8>
- Kementerian ESDM. (2025). *Laporan Kinerja Ditjen Minyak dan Gas Bumi Tahun 2024*. <https://www.esdm.go.id/assets/media/content/content-laporan-kinerja-ditjen-minyak-dan-gas-bumi-tahun-2024.pdf>
- Khoirulloh, H., Wardoyo, P., & Kuswardani, D. (2024). Analisis Pengaruh Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Sustainable Business Journal*, 3(1), 58–71. <https://doi.org/10.26623/SBJ.V3I1.9533>
- Kholiqoh, N., Sa'adah, N., Surohit, S., Amrullah, S., & Sanjaya, V. F. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 128–134. <https://doi.org/10.21776/JMPPK.2024.03.1.13>

- Kompas. (2025). *Pekerja Informal Makin Dominan*.
<https://www.kompas.id/artikel/porsi-pekerja-informal-cenderung-mendominasi>
- Kompasiana. (2018). *Survey Instastory, Banyak Generasi Millenial Pakai Pertamina* Halaman 1 - Kompasiana.com.
https://www.kompasiana.com/nursaidr_/5be2b909ab12ae39654b73d2/pertamax-pilihan-generasi-millenial-selamatkan-bumi-dan-manusia
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* - Pearson (17th ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed). Pearson.
https://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/S3D7W4_Marketing_Management.pdf
- Kuntara A, M. R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans pada Generasi Milenial dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variable Mediasi*. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/28321>
- Kurniawan, F. K. C., & Ayu, S. D. (2025). *Pertamax Vs SPBU Swasta: Pergeseran Konsumen di Tengah Skandal Korupsi Pertamina*.
<https://megapolitan.kompas.com/read/2025/03/03/07150901/pertamax-vs-spbu-swasta-pergeseran-konsumen-di-tengah-skandal-korupsi>
- Kurniawati, D., & Christina, B. (2025). *Indonesia to build oil refineries with total capacity of 1 million bpd, minister says*.
<https://www.reuters.com/business/energy/indonesia-build-oil-refineries-with-total-capacity-1-million-bpd-minister-says-2025-03-11/>
- Latan, H., & Ghozali, I. (2022). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Smartpls 2.0 M3 Untuk Penelitian Empiris*. Penerbit Undip.
<https://penerbit.undip.ac.id/index.php/penerbit/catalog/book/348>
- Lestari, K. D., & Setyarko, Y. (2025). Peran Kepercayaan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Customer Satisfaction dan Citra Merek terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi pada Konsumen Indomaret Kembang Larangan di Tangerang). *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 38–54.
<https://doi.org/10.58192/WAWASAN.V3I2.3058>
- Mahdiyah. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kualitatif*.
<https://www.misslena.sch.id/2023/10/metode-penelitian-kuantitatif-dan-kualitatif.html>
- Makasutji, C., Wenas, R. S., & Tielung, M. V. J. (2025). Pengaruh Persepsi Nilai, Pengalaman Pelanggan dan Harga terhadap Niat Pembelian Ulang di Pelabuhan Perikanan Samudera Kota Bitung. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset*

- Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 13(01), 229–240.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/60029>
- 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.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/32942>
- Marpaung, G. P. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. (*Doctoral Dissertation, Universitas Medan Area*).
<https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/25423>
- Marvida, T., Hasanah, M., & Helnita. (2024). Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Untuk Menggali Strategi Yang Efektif. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin*, 8(7), 2118–2451.
<https://sejurnal.com/pub/index.php/jpim/article/view/4097>
- Maulianti, H. (2025). *Beda RON 92-90, Alasan Kenapa Publik Marah kepada Pertamina*.
<https://www.tempo.co/sains/beda-ron-92-90-alasan-kenapa-publik-marah-kepada-pertamina-1213433>
- Muliawati, F. D. (2025). *Pertamina Kuasai 96% Pangsa Pasar BBM Bensin RI*.
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20250303133659-4-615084/pertamina-kuasai-96-pangsa-pasar-bbm-bensin-ri>
- Mulyana, T. T. (2024). *Pengaruh Citra Merek, Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Konsumen Gen Z*.
<https://repository.mercubuana.ac.id/86570/>
- Murini, I., Rachma, N., & Sholehuddin, S. (2024). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Indihome di Kota Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 1243–1255.
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/24288>
- Novarifah, H. A. (2022). *Pengaruh Harga, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen di Kabupaten Klaten)*.
- Nursani, Rizkan, M., Faiza, N., & Akbar, M. (2023). Determinants of Purchase Decisions Among E-Commerce Users: The Significance of Trust, Security, Price, Service Quality, and Risk Perception. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 6(1).
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jdmb>
- Pakpahan, A. F., Prasetio, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., Purba, B., Chaerul, M., Yuniwati, I., Siagian, V., & Rantung, G. A. J. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*.

- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(01), 41–53. <https://doi.org/10.25134/EQUI.V18I1.3498>
- Pangestu, R. (2024). Pengaruh Harga terhadap Niat Beli, dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada Toko Online Samwonshop. *Undergraduate Theses of Management*, 0(0). <https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-33866-COVER.Image.Marked.pdf>
- Permatasari, N. M. A. V., Darma, I. K., & Wahyuni, N. M. (2023). The Role of Customer Trust In Mediating The Effect of E-WOM and Product Quality on Purchasing Decisions at The Coffee Shop in Denpasar City. *Jurnal Mirai Management*, 8(3), 217–232. <https://doi.org/10.37531/MIRAI.V8I3.5656>
- Petroni, G. (2024). *IEA Lifts 2025 Oil-Demand Forecast but Expects Growth to Remain Subdued*. <https://www.wsj.com/business/energy-oil/iea-lifts-2025-oil-demand-forecast-but-expects-growth-to-remain-subdued-75c245c7>
- Prabandari, A. I. (2025). *Pertamax: Keunggulan, Kekurangan, dan Tips Memilih BBM yang Tepat*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5935644/pertamax-keunggulan-kekurangan-dan-tips-memilih-bbm-yang-tepat?page=2>
- Pratiwi, N. D. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Gepok Pak Giek Jember*. https://repo.itsm.ac.id/1229/1/SKRIPSI%20___%20NOVALISA%20DWT%20PRATIWI.pdf
- Putra, R. K. R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak di Pertashop Desa Bodang Kabupaten Lumajang*.
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Rahman, Md. M. (2023). Sample Size Determination for Survey Research and Non-Probability Sampling Techniques: A Review and Set of Recommendations. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 11(1), 42–62. <https://www.scientificia.com/index.php/JEBE/article/view/201>
- Rahmawati, N., & Mangifera, L. (2024). *Purchase Decision Through Tokopedia Marketplace: The Role of Consumer Trust in Mediating the Effect of Price and Product Reviews* (pp. 686–699). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-204-0_57
- Rifa'i, M. A. (2025). *Populasi Dan Sampel Penelitian*. <https://staidasumsel.ac.id/populasi-dan-sampel-penelitian/>

- Riyadi, D. A. (2025). *Dampak Kenaikan Harga BBM terhadap Perekonomian: Perspektif Akademisi dan Realitas yang terjadi di Masyarakat*. <https://pe.feb.unesa.ac.id/post/dampak-kenaikan-harga-bbm-terhadap-perekonomian-perspektif-akademisi-dan-realitas-yang-terjadi-di-masyarakat>
- Rohanah, S. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Bensin Premium (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Turi). *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)*, 2(2).
- Sa'adah, N., Lusianti, D., & Wismar'ain, D. (2024). Is Consumer Trust Able to Intervening in Purchasing Decisions Vjo Café And Bistro. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis (JSMB)*, 04(02).
- Saparsa, S. (2022). The Effect of Customer Trust, Lifestyle, and Attitude on the Online Buying Decision. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(1), 84–91. <https://doi.org/10.35877/454RI.QEMS891>
- Sari, N., & Zamilah, E. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada SPBU Coco 61.707.01 PT. Pertamina Retail Kota Banjarbaru*.
- Sarstedt, M., Ringle, C., & Hair, J. F. (2021). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (Springer International Publishing, Trans.). *Handbook of Market Research*, 587–632.
- Sayyidan, R. M. (2025). *Pengaruh Personal Branding dan Pemasaran Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Konsumen Restoran Sambal Bakar Indonesia di Jabodetabek)*.
- Schiffman, L. G., & Wiseblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson Education. <https://drive.google.com/file/d/1eYUsUr3W7Z2EZcbTZDcPSvXXSAvnczPU/view>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (john wiley & sons., Ed.). [https://www.google.com/books?hl=en&lr=&id=Ko6bCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=Sekaran,+U.,+%26+Bougie,+R.+\(2017\).+Research+Methods+for+Business:+A+Skill-Building+Approach+\(7th+ed.\).+United+Kingdom:+John+Wiley+%26+Sons+Ltd.&ots=2D1PZ-O0pQ&sig=g07dVcDc06Ni05sClnHXmRo9wE](https://www.google.com/books?hl=en&lr=&id=Ko6bCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=Sekaran,+U.,+%26+Bougie,+R.+(2017).+Research+Methods+for+Business:+A+Skill-Building+Approach+(7th+ed.).+United+Kingdom:+John+Wiley+%26+Sons+Ltd.&ots=2D1PZ-O0pQ&sig=g07dVcDc06Ni05sClnHXmRo9wE)
- Seleta, T. M. E. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image pada Produk HAUS di Tangerang Selatan*. <https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8762/9/BAB%20II.pdf>
- Septianto, Y., Pradiani, T., & Maskan, M. (2025). *Analysis of Online Promo Programs and Service Quality on Consumer Purchasing Decisions in Surabaya through Trust in Shopee E-Commerce* (Vol. 18, Issue 1).

- Setiawan, V. N. (2025). *Gak Capai Target, Lifting Minyak RI Hanya Capai 579 Ribu Barel di 2024*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250203113849-4-607456/gak-capai-target-lifting-minyak-ri-hanya-capai-579-ribu-barel-di-2024>
- Sihotang, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pusat Penerbitan Dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta, 193. <https://id.scribd.com/document/749084357/MetodePenelitianKuantitatif>
- Silvia, N. F. (2025). *Keuntungan Penggunaan Pertamina Bagi Kendaraan*. <https://rri.co.id/nasional/1353120/keuntungan-penggunaan-pertamax-bagi-kendaraan>
- SKK Migas. (2025). *Laporan Kumpulan Data Energi di Indonesia Tahun 2024*. <https://assets.dataindonesia.id/2025/01/03/1735888187972-49-Laporan-Kumpulan-Data-Energi-Indonesia-Tahun-2024.pdf>
- Sofian, M. F. A. G. (2023). Kesadaran Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk Flavorich Dilloco Group. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 21(1), 855–864. <https://doi.org/10.33197/JBME.VOL21.ISS1.2023.1246>
- Solo Navigasi. (2025). *PERTAMINA Terus Berkomitmen Memastikan Tata Kelola Bisnis yang Baik dan Transparan agar Kepercayaan Masyarakat terhadap Perusahaan Tetap Terjaga*. <https://solo.navigasi.co.id/detail/389600/pertamina-terus-berkomitmen-memastikan-tata-kelola-bisnis-yang-baik-dan-transparan-agar-kepercayaan-masyarakat-terhadap-perusahaan-tetap-terjaga>
- Statista Research Department. (2024). *Global Crude Oil Demand 2024*. <https://www.statista.com/statistics/271823/global-crude-oil-demand/>
- Stianingrum, N. A., & Nurhayaty, E. (2024). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Raya Bogor Pekayon*. 4. <https://doi.org/10.46306/vls.v4i2>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. //opac.fah.uinjkt.ac.id/index.php?p=show_detail&id=18406
- Suheri, C. (Catur), Wahab, Z. (Zakaria), Widiyanti, M. (Marlina), & Shihab, M. S. (Muchsin). (2022). The Effect of Price Perception and Sales Promotion on the Purchase Decision of the Pertamina Turbo in Palembang City. *International Journal of Humanities, Literature and Arts*, 5(1), 5–10. <https://doi.org/10.21744/IJHLA.V5N1.1810>
- Sukandi, P., & Maulidan, F. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Eiger (Studi Kasus pada Konsumen Eiger di Kota Bandung). *Jurnal Ekonomi Efektif*, 5(2), 316–320. <https://doi.org/10.32493/JEE.V5I2.27915>

- Susbiyani, A., Supeni, R. E., & Adyasa, J. C. (2025). The Influence of Social Media Marketing, Product Quality and Prices on Consumer Purchasing Decisions through Customer Trust Intervening Variables on MSMEs in Mayang District, Jember Regency. *ICOSSH*, 2(1), 2025. <https://doi.org/10.61796/icossh.v2i1.118>
- Syaifuddin, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(1), 240–245. <https://doi.org/10.37034/infec.v6i1.856>
- Tjiptono, Fandy., & Chandra, Gregorius. (2019). Service, Quality Dan Customer Satisfaction. *Service, Quality & Customer Satisfaction*, Edisi 5, 14148.
- Utami, S. A., & Handrito, R. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(1), 97–105. <https://doi.org/10.21776/JMPPK.2023.02.1.10>
- Vangga, D. A., Syafwandi, & Yulasmi. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Servis terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Servis Handphone atau Smartphone by Ponsel Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 8(9), 2118–7300. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jim/article/view/4355>
- Wadhaniah, W. T. K., & Yulianthini, N. N. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone Di Kota Singaraja*. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/Prospek/article/view/45156/29819>
- Watu, M. D. N., Suprpto, H., & Sugandini, D. (2021). Peran Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Kualitas Website Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Ulang Di Tokopedia Oleh Konsumen Online Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*, 1(1), 337–351. <https://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/semnasif/article/view/6082>
- Widitya, R. A. (2024). *Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Pengguna Mobil Suzuki Wilayah DKI Jakarta*. <https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10403/9/BAB%20II.pdf>
- Yanti, R. D. (2024). *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi (Pada Butik Gaia Shop Malang)*.
- Yanuar, Y. (2025). *Pakar ITB Sebut Kualitas Pertamina Sudah Diuji di Lemigas dan Lembaga, Masyarakat Tak Perlu Khawatir?* <https://www.tempo.co/hukum/pakar-itb-sebut-kualitas-pertamax-sudah-diuji-di-lemigas-dan-lembaganya-masyarakat-tak-perlu-khawatir--1214320>

Yusra, I., & Rizki, W. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepercayaan Pelanggan (Konsumen) di Erha Skin Padang. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(1), 85–113. <https://doi.org/10.31961/IJAAF.V1I1.1166>

