

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.
2. Promosi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.
3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.
4. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap minat beli pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.
5. Promosi berpengaruh positif terhadap minat beli pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.
6. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli pada maskapai penerbangan Lion di Kota Padang.
7. Minat beli berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.
8. Minat beli memediasi hubungan antara kepercayaan

pelanggan dan keputusan pembelian pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.

9. Minat beli memediasi hubungan antara promosi dan keputusan pembelian pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.

10. Minat beli memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi perusahaan maskapai penerbangan Lion Air. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang masuk kedalam kategori cukup baik. Meskipun demikian, masih dipandang perlu untuk ditingkatkan dimasa yang akan datang menjadi kategori baik dan sangat baik.

Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang sebagaimana dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan minat beli. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini secara empiris telah membuktikan bahwa variabel minat beli merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.

Upaya peningktan minat beli sebegaimana yang dijelaskan diatas adalah dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata masih rendah dimana:

1. Maskapai Penerbangan Lion Air di Kota Padang hendaknya lebih berusaha agar pelanggan dapat merekomendasikan maskapai kepada orang lain untuk memilih Lion Air.

Hal lain yang harus diperhatikan pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang dalam upaya meningkatkan minat beli adalah memperhatikan atau meningkatkan kepercayaan pelanggan, promosi dan kualitas pelayanan. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam rangka memperbaiki kepercayaan pelanggan adalah dengan memperhatikan skor rata-rata item yang masih rendah, dimana:

1. Maskapai Penerbangan Lion Air di Kota Padang hendaknya memiliki kemampuan untuk menyediakan barang/jasa yang berkualitas bagi pelanggan.

Hal lain yang harus diperhatikan pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang dalam upaya meningkatkan minat beli adalah memperhatikan atau meningkatkan promosi. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam rangka memperbaiki promosi adalah dengan memperhatikan skor rata-rata item yang masih rendah, dimana:

1. Pihak maskapai Lion Air sebaiknya mempromosikan maskapai sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh penumpang.

Dalam upaya meningkatkan minat beli adalah memperhatikan atau meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif

terhadap minat beli. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam rangka memperbaiki kualitas pelayanan adalah dengan memperhatikan skor rata-rata item yang masih rendah, dimana:

1. Maskapai Lion Air hendaknya lebih meningkatkan kualitasnya agar pelanggan dapat merasa nyaman dan aman ketika menggunakan layanan yang disediakan.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada maskapai penerbangan Lion Air di daerah lainnya. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada maskapai penerbangan Lion Air di daerah-daerah lainnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan data variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kepercayaan pelanggan, promosi, kualitas pelayanan dan minat beli, sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga dan citra merek masih terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya.

3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 200 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muzammili, Mukhlis Yunus, N. D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 8(3), 37–51.
- Afriyanti, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk. *Jurnal Ecogen*.
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, P. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press.
- Ajzen, I. (1991). The Teory Of Planned behavior. *Organizational behavior and human decision process*, 50,179-211
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Edisi Revi). CV Alfabeta.
- Amrullah, Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Andi Iswandi, R. Tiastity. (2015). Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kepercayaanpelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengankualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Anggelina, R. T., & Sanjaya, V. F. (2019). *Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Merek Sebagai Variabel* 2(2), 1–8. [Http://Eprints.Undip.Ac.Id/74847/](http://Eprints.Undip.Ac.Id/74847/)
- Anugrah, R., Tanamal, J., & Nainggolan, E. P. (2020). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman Barang Jne Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 5(2), 160–170. <https://Doi.Org/10.22487/Jimut.V5i2.149>
- Ardiansyah, Roslina Alam, Z. A. (2024). *Seiko : Journal Of Management & Business Pengaruh Kepuasan , Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Garuda Indonesia Di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar*. 7(1), 619–632.
- Arief Adi Satria. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://Doi.Org/10.34127/Jrlab.V6i1.169>

- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Berlianto, M. P. (2018). “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Industri Kecantikan.” *Journal Of Management And Business Review*, 15 (2):, 260–75.
- Budiyanto Dan Diska Destilestari, A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 20(3), 79–101. <https://ibn.e-journal.id/index.php/ESENSI/article/view/30>
- Chendradewi, R., & Khasanah, I. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Waroeng Steak & Shake Semarang Cabang Kelud). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(4), 1–12.
- Damayanti Geraldine, A. L., & Anisa, F. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Lazada. *Borobudur Management Review*, 2(2), 132–142. [Ht tps :// Do i.Org/10.31603/Bmar.V2i2.6963](https://doi.org/10.31603/Bmar.V2i2.6963)
- Darwin, S., & Kunto, Y. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulifindonesia – Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–12.
- Dianti, N. R., & Paramita, E. L. (2021). Green Product Dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda Green Product And Young Consumers ’ Purchasing Decisions. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(28), 130–142. [https://Do i.Org/10.33059/Jseb](https://doi.org/10.33059/Jseb).
- Dony Indra Permana. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu D An Pintu PT. PIJI Di Jawa Timur. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 116–123.
- Dzikril Hakim, M. M. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(11), 1–21.
- Ermawati, E., Utami, R. P., & Pakawaru, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 36–56. [https:// /Doi.O rg/10. 24239/Jiebi.V2i2.31.36-56](https://doi.org/10.24239/Jiebi.V2i2.31.36-56)
- Esterlina Hutabarat. (2017). Pengaruh Promosi Personal Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Buku Gramedia Sun Plaza Medan. *Universitas Methodist Indonesia.Medan*, 3(2), 83–91.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. [https://Do i.Org/10.30596/Maneggio.V3i1.4941](https://doi.org/10.30596/Maneggio.V3i1.4941)

- Febiola, Y., Lopian, J., & Supandi, A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 2839–2847.
- Fuadi, S., Wijayanti, E., & Suyadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada Pt.Telkom Metro. *Kalianda Halok Gagas*, 4(2), 144–157. <https://doi.org/10.52655/Khg.V4i2.30>
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds Di Indonesia. *Journal Of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 183–195. <https://doi.org/10.17509/Jbme.V1i1.2287>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th Ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Hanapi, M., & Sriyanto, A. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia Di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018)*. April.
- Handoko, Hani, T., . Dkk. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisa Dan Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/Jimb.V18i1.1098>
- Hariyatningsih, A., Suddin, A., & Ernawati. (2016). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Dan Airline Image Sebagai Pemeditasi (Survei Pada Pengguna Jasa Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Airline Di Kota Surakarta Dan Diy) Anna. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 10(2), 143–160.
- Ida Sukmawati, J. D. . M. (2015). *Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Air Manado The Effects Of Service Quality Mediated By Customer Satisfaction And Trust Toward Customer Loyalty In Pt Air Manado Sejak Tahun 2007 Telah Berganti Pemegang Saham Dan Berubah Nama Menja*. 3(3), 729–742.
- Ikhyah' Ulumudin, M., & Wahyuati, A. (2021). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pacific Noris*. 19, 10–18.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140. <https://doi.org/10.30737/Ekonika.V5i2.1097>

- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1), 55–66. <https://doi.org/10.20885/jsb.Vol15.Iss1.Art5>
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen Dan Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online-Shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26. <https://doi.org/10.36407/jmsab.V1i1.16>
- Kotler, Philip., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Krisnanto, A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek Di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 76.
- Lenzun1, J. J., Massie2, J. D. D., & Adare3, D. (1999). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telko msel. *Nursing Management (Harrow, London, England : 1994)*, 6(8), 16–17. <https://doi.org/10.7748/nm.6.8.16.s14>
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal The Influence Of Service Quality And Product Quality On Customer Satisfaction Of. *JECMA (Journal Economics And Management)*, 03(01), 1–9.
- Maharani, N. P. H., Susanti, P. H., & Dewi, I. A. S. (2024). Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating Dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Di Kota Denpasar). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(1), 29–39.
- Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2016), 2.
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., & Iqbal, H. K. (2013). Impact Of Brand Image And Advertisement On Consumer Buying Behavior. *World Applied Sciences Journal*, 23(1), 117–122. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.23.01.824>
- Mandak, T. E., Tumbel, T. M., & Mangindaan, J. V. (2010). “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Dapur Sedap Om Dol Di Manado.” *Productivity*, 2(3), 203–207.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*, 1(4), 9. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Manggala, Hutomo, And G. P. A. (2022). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19 (1);, 39–53.

- Maramis, I. S. M., Mananeke, L., & Loindong, S. S. R. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan Apotek Mercke'Lkolongan. *Jurnal EMBA*, 10(1), 39–48.
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10416>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47.
- Mujiyana, M., & Elissa, I. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *J@Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 8(3), 143–152. <https://doi.org/10.12777/jati.8.3.143-152>
- Mulyani, F. R., Hufron, M., & ABS, M. K. (2018). Pengaruh Penerapan Marketing Syariah, Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPRS Bumi Rinjani Kepanjen Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Nasution, H., Maksum, C., & Derriaawan. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Customer Serta Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Maskapai PT . Lion Air Jakarta). *Universitas Pancasila*, 3(2), 175–191.
- Oscardo, J., Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2021). Inovasi Produk, Persepsi Harga, Pengalaman Konsumen Dan Strategi Positioning Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 64–75. <https://doi.org/10.55583/Invest.V2i1.126>
- Paputungan, P. R., Soegoto, A. S., & Roring, F. (2018). Pengaruh Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Oriflame Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3703 – 3712.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1998). Refinement And Reassessment Of The SERVQUAL. *Journal Of Relating*, 67(May 2017).
- Pasha Ashari, A., Hardiyono, H., Fadilah Aswar, N., & Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar, S. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Makassar. *MANDAR: Management Development And Applied Research*

Journal, 3, 18–32.

- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukmmart Kartikawidya Utama. *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1154–1170.
- Peter, J. Paul, J. C. O. (2008). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (Ed 4). Erlangga.
- Putra, T. M., Ramdan, A. M., & Mulia., F. (2019). Analisis E-Service Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pengguna Website. *Progress In Retinal And Eye Research*, 561(3), 1–9.
- Rafi, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic Tahun*, 1–7.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Melalui E-Commerce Di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46. <https://doi.org/10.2111/Tijarah.V5i1.3621>
- Rahmat, B., Narimawati, U., Afandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen OTO Bento. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1118–1122. <https://doi.org/10.54371/Jiip.V4i5.533>
- Ronsumbre, Y. K., & Telagawathi, N. L. S. (2022). Pengaruh Promosi Dan E-Servqual Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Online Di Shopee. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 17–23.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318. <https://doi.org/10.23887/Jjpe.V11i1.20164>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318. <https://doi.org/10.23887/Jjpe.V11i1.20164>
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Shopee. *Manajemen*, 13(1), 37–46.
- Sangadji, E. M. & S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 16, No. 02, Oktober 2015 ISSN: 1693-7619 (Print)*, 16(02), 108–122.

- Sari, C., & Rodhiah, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Kinerja Operasional Terhadap Minat Beli Pelanggan Lazada. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 897. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V2i4.9869>
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.33633/Jpeb.V2i1.2231>
- Schiffman, L. G. Dan L. L. K. (2008). *Perilaku Konsumen*. Indeks.
- Septiani, F. (2018). Pengaruh Promosi Dan Promosi Dan Produk Terhadap Minat Beli (Pada PT. Asuransi Jiwa Recapital Di Jakarta). *Jurnal Madani*, 1(2), 399–415.
- Setiawan, A., & Suparto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Swalayan Larisso Departement Store Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. *Jurnal Majalah Ilmiah "Cahaya Ilmu,"* 2(1), 9–21.
- Setyaningsih, O. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pada Produk Fashion. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(2), 67. <https://doi.org/10.20961/Jbm.V14i2.4126>
- Simamora, H. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STIEY.
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, V. A., Louis, V., & Johanes, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2872. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I07.P20>
- Siregar, B. G., Nasution, H. F., & Aisyah, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Padangsidempuan. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 5(2), 58. <https://doi.org/10.24952/Masharif.V5i2.1438>
- Siringoringo, R., & Kurniawan, & P. H. (2018). Analisis Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kebijakan Tarif Listrik Prabayar Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Citra Pln Bright Batam. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 3(1), 96.
- Siti Ainul Hidayah, R. A. E. . A. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan. *Journal Of Economic, Business And Engineering*, 1(1), 26.
- Sitompul, S. S., Chrispin, G., & Hamzah, M. L. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Battery Sepeda Motor. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 27–37.

<https://doi.org/10.55583/Invest.V1i1.18>

- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal*, 1(1), 41–52.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/Mandiri.V4i1.99>
- Subekti, S. (2017). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air Rute Lampung-Jakarta. *Warta Penelitian Perhubungan*, 29(1), 123. <https://doi.org/10.25104/Warlit.V29i1.276>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.
- Suharto, C. A. ., Tumbel, A. L., & Trang, I. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado. *Jurnal EMBA*, 4(3), 209–221.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar* (Edisi Kedu). Salemba Empat.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/Jibm.V5i1.4929>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi III). Andi.
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Mita (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Ujang Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Meidyansyah, F. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1026–1036. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V5i3.1471>
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *AGORA Vol. 5, No. 1, (2017)*, 5(1), 1–8.

- Yucha, N., & Safitri, S. N. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran, Suasana Kafe Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Di Intano Coffee Shop And Roastery Krian. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 3(1), 180. <https://doi.org/10.51804/Iej.V3i1.927>
- Zhao, X., Lynch, Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron And Kenny: Myths And Truths About Mediation Analysis. *Journal Of Consumer Research*, 37(2), 197–206.