

## DAFTAR PUSTAKA

- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Brand Image, Harga dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com). *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 1–20. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php>
- Agustina, V., Sinurat, R., & Ali, M. M. (2020). Analysis of E-Service Quality and Quality Information on Trust and Impact on Purchase Decision on Consumer Tokopedia ( Case Study of Tokopedia Customers in Tangerang City ). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3), 538–548.
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896–906. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p896-906>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Angelia, D. (2022). *5 Merek Mie Instan Pilihan Masyarakat Indonesia 2022*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/5-merek-mi-instan-pilihan-masyarakat-indonesia-2022-HeS3T>
- Anjani, R. F., & Siregar, S. (2021). Pengaruh citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk multivitamin enervon-c pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 396–412.
- Annur, C. M. (2022). *Gaet NCT, Kompas Dashbord Temukan Penjualan Mie Instan Lemonilo Melonjak 154%*. Databoks.Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/12/gaet-nct-kompas-dashboard-temukan-penjualan-mi-instan-lemonilo-melonjak-154>
- Azwar, S. (2021). *Penyusunan Skala Psikologi* (3rd ed.). Pustaka Pelajar.
- Chang, Hsin Hsin, Wong, Kit Hong, Ho, P. W. (2019). The Determinants of Trust Transfer on Mobile Shooing Decision: Flow Experience As A Moderator. *Internnational Journal of Mobile Communication*, 17(2), 213–248. <https://doi.org/https://doi.org/10.1504/IJMC.2019.098064>
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2006). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance : ... *Journal of Marketing*, 70(01), 34–49.
- Dewi, L. K. C., & Suardika, I. M. (2021). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Belanja Online Shopee Dengan Variabel Moderasi .... *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan ...)*, 4(2), 1398–1410. <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/664>

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Deepublish.
- Hadi, S. (2015). *Statistik*. Pustaka Pelajar.
- Hakim, R. H., & Idris. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Go-Ride di Kota Bandung). *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Hanika, I. M., Faradilla, C., Setyawati, C. Y., Jasfalini, S., & Augustinah, F. (2022). Purchase Decision Analysis on Go-Jek Application: the Role of Consumer Perception and Consumer Trust As a Predictor. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 10(2), 212–222. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v10i2.448>
- indonesiadata.id. (n.d.). *Market Share Mie Instan Menurut Total 2019 & 2020*. Retrieved October 4, 2023, from <https://indonesiadata.id/market-share/>
- Irfan, S., Halik, A., & Panjaitan, F. A. B. K. (2022). Analysis of the Influence of Product Quality and Price Perceptions on the Purchase Decision of Orthopedic Implant Products (Kangli) Through Consumer Trust as Intervening Variables in Pt. Java Almeda Mandiri in Surabaya. *International Journal of Scientific Engineering and Science*, 6(1), 27–34. <http://ijses.com/>
- Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.26533/eksis.v10i1.51>
- Kidane, T. T., & Sharma, R. R. K. (2016). Factors affecting consumers' purchasing decision through e-commerce. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 8-10 March, 159–165.
- Komalasari, S., Hermina, C., Muhaimin, A., Alarabi, M. A., Apriliadi, M. R., Rabbani, N. P. R., & Mokodompit, N. J. D. (2022). Prinsip Character of A Leader pada Generasi Z. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 6(1), 77. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v6i1.4960>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Principles of Marketing 14Ed: Global Edition. In *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Liusito, R. A., & Tulung, J. E. (2020). the Influence of Consumer Trust and Perceived Value on Consumer Purchase Decision of E-Commerce in Social Media (Study Case in Manado). *Saerang 475 Jurnal EMBA*, 8(3), 475–484.
- Mahliza, F. (2020). Consumer Trust In Online Purchase Decision. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)-Peer Reviewed*

- Journal*, 6(2), 198–210. <https://doi.org/10.36713/epra2013>
- Mayer et al. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Octavia, A. C. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Flaminggo Collection. *Edunomika*, 05(02), 709–725.
- Peramesti, N. P. D. Y., & Kusmana, D. (2018). Kepemimpinan Ideal Pada Era Generasi Milenial. *TRANSFORMASI: Jurnal Manajemen Pemerintahan*, 73–84. <https://doi.org/10.33701/jt.v10i1.413>
- Pratiwi, C., Ratnaningtyas, A., & Adhandayani, A. (2022). Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Ditinjau Dari Motivasi Emosional Konsumen Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi : Media Ilmiah Psikologi*, 20(2), 35–44. <https://doi.org/10.47007/jpsi.v20i2.281>
- Rafiqua, N. (2023). *4 Varian Rasa Mie Instan Sehat Lemonilo, Mana Yang Jadi Favoritmu?* SehatQ. <https://www.sehatq.com/review/review-mie-goreng-lemonilo-yang-enak-dan-sehat-%0A>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2012). *Consumer Behavior*. New Jersey.
- Septiano, R., & Sari, L. (2021). Determination of Consumer Value and Purchase Decisions: Analysis of Product Quality, Location, and Promotion. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 482–498. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.834>
- 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>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharso & Sutarno, Y. (2010). *Marketing in Practice*. Graha Ilmu.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sunoyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS (Center of

Academic Publishing Service).

Wakil, A. (2021). Keputusan Pembelian Barang Secara Online Ditinjau Dari Aspek Promosi dan Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Al-Idārah*, 2(2), 45–58.

Wijaya, Y. G. (2020). *Mie Instan Yang Diklaim Lebih Sehat, Seperti Apa?* Kompas.Com.

<https://www.kompas.com/food/read/2020/07/29/100700375/mi-istan-yang-diklaim-lebih-sehat-seperti-apa?page=all>

World Instan Noodle Association. (2023). *Demand Ranking Instan Noodle*. <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/>

Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7(3), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>