

DAFTAR PUSTAKA

- 3second. 2024. Tentang Kami. <https://3second.co.id/information/about-us>. Diakses pada 15 maret 2024.
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian di marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896–906.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15.
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinelu, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 78–82.
- Djakarta.id. (2023). Lima Brand Dalam Satu Website. https://djakarta.id/lima_brand_di_satu_website_berita1346.html. Diakses dalam 16 Desember 2023.
- Erpurini, W., & Janah, W. S. (2022). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen E-commerce (Studi Kasus: Pembelian Produk Shopee. co. id pada Karyawan Borma Toserba Bandung). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 244-248.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goodstar. (2023). Merek Fesyen Lokal Yang Menjadi Favorit. <https://data.goodstats.id/statistic/Fitrinurhdyh/merek-fesyen-lokal-yang-jadi-favorit-masyarakat-indonesia-versi-goodstats-mavFg>. Diakses pada 15 Januari 2024
- Hendrawan, A. A. M. M. H., Arief, R. R., & HM, N. H. Y. V. R. (2022). Analisis Peran Pemasaran Melalui Sosial Media, Harga Produk dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Clothing Online Store). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3).
- Investor. (2021). Tren Fashion Dunia Berkembang Pesat di Indonesia. <https://investor.id/lifestyle/274426/tren-fashion-dunia-berkembang-pesat-di-indonesia>. Diakses pada 10 Desember 2023
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 128–137.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

- Maharani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1).
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.
- 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), 11–21.
- Peter, J Paul dan Olson, J.C. (2014). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Salemba Empat.
- Putri, S. N. A. (2022). Optimalisasi Kualitas Pelayanan Publik Dengan Program Kalimasada Melalui Aplikasi Klampid Di Kelurahan Nginden Jangkungan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1112– 1117.
- Sandora, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(3), 290–310.
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Store atmosphere*, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148–158.
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 15(2), 291–297.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Situngkir, M. B., Rahayu, Y. I., & Zulkifli, Z. (2021). Pengaruh *Store atmosphere*, Ketersediaan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB)*, 2(1), 174–183.
- Sudiantini, D., Claudia, G., & Ningrum, I. C. (2023). Pengaruh *Store atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kopi Cinta

- Bekasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(06), 433–441.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Suryaningsih, I. B. (2019). Pengaruh Desain Produk, Brand Image, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Setelah Pembelian Produk Distro 3second Di Jember. *Cakrawala Management Business Journal*, 2(2), 427-437.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(1).
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh *Store atmosphere*, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(03), 1–18.
- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 8(1), 21–27.
- Tonibun, T., Saparso, S., & Wahyoedi, S. (2021). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Pada Penjualan Kendaraan Bermotor Roda Empat. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 3(2), 113–129.
- Yuliani, N. K. D., Mitariani, N. W. E., & Atmaja, N. P. C. D. (2021). Pengaruh *Store atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Dewa Ayu Shop Klungkung. *EMAS*, 2(1).
- Yulianti, I., & Sudrajat, R. H. (2021). Pengaruh Kredibilitas Endorser Bts Terhadap Keputusan Pembelian Situs Belanja Online Tokopedia. *EProceedings of Management*, 8(3).