

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. N., Juliati, R., & Putri, V. P. (2024). *The effect of e-service quality on purchase decisions with consumer trust as a mediating variable*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(4), 385–397.
- Aldinda, A., & Evelina, T. Y. (2023). *Pengaruh e-service quality dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee di Kota Malang*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2), 86–91.
- Al-Dweeri, R. M., Ruiz Moreno, A., Montes, F. J. L., Obeidat, Z. M., & Al-Dwairi, K. M. (2021). *The effect of e-service quality on Jordanian students' e-loyalty: An empirical study in online retailing*. *Industrial Management & Data Systems*, 119(4), 902–923.
- Anindya, A. L., & Akbar, R. R. (2025). *Pengaruh brand trust dan online customer review terhadap minat beli pada marketplace Bukalapak*. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(1), 377–388.
- Aritonang, C., et al. (2025). *Pengaruh user experience terhadap keputusan pembelian pada platform TikTok Shop*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(1), 1–12.
- Ariyanto, A., Nurdin, F., & Sari, P. R. (2023). *Manajemen pemasaran*. CV Widina Media Utama.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023–2025). *Laporan survei penetrasi & perilaku internet Indonesia 2023–2025*. APJII.
- Aswar, D., & Maldin, S. (2024). *The influence of brand trust on purchase decisions at Kopi Kenangan Batam*. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 5(11), 2884–2889.
- Badan Pusat Statistik. (2024–2025). *Statistik e-commerce Indonesia 2024–2025*. Badan Pusat Statistik.
- Berliana, D., & Sanaji, S. (2022). *Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada e-commerce*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(3), 245–258.
- Fadzana, M. S., & Diartono, D. A. (2024). *Pengaruh user experience (UX) design terhadap kemudahan pengguna dalam menggunakan aplikasi TIX ID*. *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 8(3), 597–604.

- Firdha, A. N., Prakoso, B., & Lestari, D. (2021). *Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 66–78.
- Ghozali, I. (2023). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GlobalData. (2025). *Indonesia e-commerce market growth outlook*. GlobalData Plc.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hashim, N. L., Yusof, N., Hussain, A., & Ibrahim, M. (2022). *User experience dimensions for e-procurement: A systematic review*. *Journal of Information and Communication Technology*, 21(4), 465–494.
- Hidayatullah, A., & Aziati, N. (2019). *Analisis dimensi user experience pada sistem informasi berbasis digital*. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(2), 88–99.
- International Organization for Standardization. (2019). *ISO 9241-210: Ergonomics of human-system interaction—Part 210: Human-centred design for interactive systems*. ISO.
- Isnaeni, R., Prakoso, B., & Lestari, D. (2025). *Pengaruh user experience terhadap kepuasan pengguna aplikasi mobile berbasis layanan*. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 9(1), 45–58.
- Kholilurrohman, F., Fadhillah, M., & Hutami, L. T. (2024). *User interface, user experience, gratis ongkir terhadap keputusan pembelian melalui preferensi e-commerce sebagai mediasi*. *Jurnal E-Bis*, 8(1), 168–177.
- Kim, J., & Lee, H. (2022). *The role of brand trust in shaping purchase decisions on digital platforms*. *Journal of Digital Marketing*, 14(3), 201–215.
- Kopi Kenangan. (2023). *Profil perusahaan dan laporan kinerja Kopi Kenangan*. PT Bumi Berkah Boga.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Masdaini, L., Putra, R. A., & Nugroho, S. P. (2021). *Analisis user experience pada aplikasi mobile berbasis layanan digital*. *Jurnal Sistem Informasi*, 12(2), 98–108.
- Nurfadillah, N., et al. (2024). *Pengaruh user experience terhadap keputusan pembelian pengguna e-commerce Bukalapak*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 67–78.
- Prasetyo, B., & Rokhman, F. (2024). *Pengukuran user experience berbasis aspek subjektif, perilaku, dan teknis*. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 18(1), 55–68.
- Pratiwi, A. D., & Sari, M. R. (2024). *Pengaruh e-service quality dan pengalaman pengguna terhadap keputusan pembelian pada aplikasi F&B digital*. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 12(1), 66–80.
- Pratiwi, A. D., Putra, R. A., & Sari, M. R. (2022). *Konsep pemasaran dan perannya dalam menciptakan nilai pelanggan*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 85–97.
- Prayoga, A. K., Achmad, G. N., & Zulkifli, Z. (2023). *Influence of UI, UX, and e-service quality on Tokopedia purchase via perceived risk*. *Journal of Social Research*, 2(5), 1606–1625.
- Putri, S. F. A., & Marlina, N. (2021). *Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap kepuasan konsumen*. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 23(3), 463–474.
- Putri, A. N., Wibowo, A., & Lestari, D. (2022). *Pengembangan variabel user experience dalam evaluasi aplikasi digital*. *Jurnal Riset Sistem Informasi*, 9(3), 173–184.
- Putri, A. R., & Istiyanto, B. (2023). *Pengaruh brand trust terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Shopee*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 55–66.
- Putri, N. A., Guntara, D., & Prehanto, A. (2024). *User experience dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada aplikasi mobile commerce*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 134–148.

- Rahma, G. S., & Izaak, W. C. (2025). *Factors driving consumer purchase decisions of Lazada users in Surabaya*. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 4(6), 2781–2792.
- Rahman, F., & Listyorini, S. (2022). *Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap keputusan pembelian online*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 45–57.
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). *Pengaruh flash sale, live shopping, dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada brand Skintific di Shopee (studi kasus mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya)*. *Jurnal Economina*, 2(10), 2740–2755.
- Ramadhan, M. R. (2021). *Pengaruh user experience terhadap kepuasan pengguna aplikasi mobile*. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 6(1), 45–54.
- Roest, H., & De Graaf, P. (2023, May). *In brands we trust: The development and validation of a contemporary brand trust scale*. In *EMAC Annual Conference 2023* (pp. A2023-112705).
- Sahar, R. (2024). *The influence of price, e-service quality, and brand image on online purchasing decisions*. *Journal of Business and Digital Marketing*, 6(1), 22–34.
- Santoso, R., Nugroho, A., & Wibowo, T. (2023). *Pengaruh e-service quality terhadap keputusan pembelian pada aplikasi ritel digital di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 6(3), 189–203.
- Sari, N. P. (2024). *Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk jasa*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 11(1), 45–58.
- Sega, A. R., Putri, N. A., & Hidayat, R. (2023). *Pengaruh brand trust terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk berbasis merek*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 89–101.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2021). *Research methods for business: A skill-building approach*. John Wiley & Sons.
- Sudjanarti, D., Khabibah, U., Wardani, T. I., & Rachmi, A. (2023). *Pengaruh online customer review and rating, e-service quality, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada marketplace Shopee (studi empiris pada mahasiswa di Kota Malang)*. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 17(2), 76–90.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Tarigan, R. E., Siregar, A. P., & Lubis, M. R. (2023). *Pengembangan konsep usability menuju user experience dalam sistem informasi digital*. *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi*, 9(3), 211–223.
- Utami, S., & Evelina, T. Y. (2024). *Pengaruh brand trust dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk coklat Silver Queen di Kota Malang*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 35–40.
- Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2021). *Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan dan minat beli konsumen e-commerce*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 120–132.
- Wisesa, A. (2021). *Analisis user experience pada aplikasi digital berbasis layanan*. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 6(2), 97–108.
- Xu, W. (2023). *A “user experience 3.0 (UX 3.0)” paradigm framework: User experience design for human-centered AI systems*. *arXiv Preprint arXiv:2403.01609*.
- Zannat, N., & Mahmud, M. (2025). *An UX evaluation framework for Islamic design and content-based digital therapeutics for mental health: A proposed approach*. *Journal of Human Centered Technology*, 4(2), 113–124.