

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Fauzia, Shifa Ashila Salwab, Aniar Safitric, Eka Amelia Chiesa Juliantid, Sindy Nur Fazriyahe (2023). Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Aditya Wardhana (2024) Brand Management In The Digital Era – Edisi Indonesia. Eureka Media Aksara, 166.
- Aditya, A., & Krisna, I. G. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Jurnal Sains Dan Riset*, 1(2), 1–10.
- Afandi, P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep Dan Indikator). Zanafa Publishing: Riau.
- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry, H. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1–13. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.184>
- Alam, R., Dewi, F., & Kusuma, H. (2021). Jenis-Jenis *Digital Marketing* Dan Dampaknya Terhadap Brand Engagement Konsumen *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 1(1), 10–25.
- Amira Putri Mardiana & Budhi Haryanto (2022) Purchasing Decisions In The New Normal Period: Implementation Of *Digital Marketing*, *Brand Awareness*, And Viral Marketing At Shopee E-Commerce On The Use Of Spaylater. (Economics And Business Quarterly Reviews, Vol. 5 No.3)
- Anand, A. (2023). *Brand Awareness*. Volume 5, Issue 3, May-June 2023.
- Ariani, F., & Prinoya, R. W. (2022). Pengaruh *Brand Awareness* Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Shopee Di Sumatera Barat). *Journal Of Technopreneurship On Economics And Business Review*, 3(1), 47–56. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v3i1.75>
- Arief. (2023). Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi. Universitas Raden Fatah.
- Artameviah (2022) *Jurnal Ilmu Manajemen*. Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion Di Marketplace Shopee, 44.
- Ashma Alfiyyah, Syarthini Indrayani, & Sherry Adelia Natsir Kalla (2025) The Influence Of Brand Image, Product Quality, And Trust On Fashion Consumer Purchase Decisions On Shopee. *Bdj-Smart: Business And Digital Journal*, Vol. 3 No. 2, Hlm. 45–56.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Apjii). (2020). Survei Penetrasi Dan Pengguna Internet 2019–2020 (Q2): 196.7 Juta Pengguna, Meningkatkan 8,9 % Dari 2018
- Astuti Ningsih (2024) – Fashion Anak Muda: Ekspresi Diri Dan Tren Terkini. (Artikel Personal Branding).
- Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik E-Commerce 2022 (Laporan)
- Bagas Pambudiantono & Zumrotul Fitriyah (2023) The Influence Of *Digital Marketing* And *Brand Trust* On Consumer Purchase Interest In The Tokopedia Marketplace (Study On Tokopedia Marketplace Visitors In

- Surabaya). (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital (Ministal). Vol. 2, No. 3, 687-708. <https://doi.org/10.55927/Ministal.V2i3.4745>
- Bisma, M. Ardhya, & Pramudita, A. S. (2020). Analisa Minat Pembelian Online Konsumen Pada Saluran Distribusi Digital Marketplace Online Di Kota Bandung. *Competitive*, 14(2), 36–44. <https://doi.org/10.36618/Competitive.V14i2.617>
- Business Of Apps. (2023). Shopee Usage Statistics And Key Figures 2023. Business Of Apps.
- Chaffey, D. (2024). *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice* (9th Ed.). Pearson Education Limited.
- Chaurasiya, H., & Baxi, B. O. (2023). A Study On *Brand Awareness* And Brand Association Factors, And Customers' Attitude With Reference To Fab India In Ahmedabad City.
- Clarissa, C., & Bernarto, I. (2022). The Influence Of Brand Ambassador, *Brand Awareness*, Brand Image And Prices On Purchase Decisions On Online Marketplace. *Business And Entrepreneurial Review*, 22(2), 273–288. <https://doi.org/10.25105/Ber.V22i2.14966>
- Databoks. (2024). 5 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Di Indonesia Sepanjang 2023
- Datareportal (2025) Overview Of The Adoption And Use Of Connected Devices And Services
- Devi (2023) Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Followers Instagram @Wardahbeauty Dalam Pembelian Produk Wardah
- Egodawele, A., Et Al. (2022). Digital Transformation In Business: A Systematic Literature Review, 20.
- Enehasse Dan Saglam (2020). Consumer Trust In The Brand: Can It Be Built Through Brand Reputation, Brand Competence And Brand Predictability? *International Business Research* Doi:10.5539/Ibr.V3n1p43
- Erik Syawal Alghifari, Ratih Hurriyati, Puspo Dewi Dirgantari, Dan Rohmat Sarman (2022) Strategi Promosi Melalui Media Sosial Dan Electronic Word Of Mouth Untuk Komunikasi Konsumen. Vol. 8 No. 2. <https://doi.org/10.31289/Jkbn.V8i2.6267>
- Erika Novianda Putri, Retno Susanti, Dan Lamidi (2022) Pengaruh Brand Image, *Brand Trust* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan (Jeku), Vol. 22, No. 1
- Erwin, A (2023). Penerapan *Digital Marketing* Pada Era Society 5.0: Tujuan Utama Dan Praktik Strategis. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(2), Hlm. 3
- Farrel Yustinus Sutanto1, M.Y. Dwi Hayu Agustini (2024) Analisis Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike
- Fong, S. W. L., Ismail, H., Kian, T. P., & Kamaruddin, N. I. (2024). *Brand Trust* Dimensions For Low-Involvement Product Adoption. 146–147
- Gartner. (2022). *Digital Marketing*. Information Technology Glossary.
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Mediasi

- Brand Awareness*. *Insight Management Journal*, 2(3), 110-118.  
<https://doi.org/10.47065/Imj.V2i3.200>
- Hafizh, M., & Tarigan, C. Y. (2024). Pengaruh *Brand Awareness* Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Pedro Grand Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 7294–7308.
- Harman Foprian Okprimus Sampe Salu (2023) Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Brand Awareness* Shopee Indonesia Di Kota Makassar. (Skripsi (S1), Universitas Fajar, September
- Hasibuan, Malayu S.P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara, Jakarta
- Herniati Herniati, Erik Sudarso, Tina Warsiningsih, Sigit Tri Hartono, Dan Elita Darmasari (2024) Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. (*Jurnal Syntax Admiration*, Vol. 5, No. 10. <https://doi.org/10.46799/Jsa.V5i10.1519>
- Hestianingsih (2024). Brand Fashion Lokal Kian Populer Di Kalangan Gen Z, Masih Hadapi Tantangan Ini. Wolipop.
- Iprice (2024): Shopee Jadi E-Commerce Terpopuler Di Indonesia Sepanjang 2020
- Iswahyudi. (2024:3). Pengantar Bisnis Digital: Konsep Dan Implementasi.
- J. Smith & L. Johnson (2025) *Journal Of Brand Management* Vol. 32, No. 1, Hlm. 45–59
- Jakpat (2024). *Indonesia Local Fashion Brands Survey Report*.
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data Spss & Lisrel*, Cetakan Kesatu. Pt. Refika Aditama, Bandung
- Kania Novianti (2020) Pengaruh *Digital Marketing*, *Brand Awareness* Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Daerah Istimewa Yogyakarta). (Skripsi, Stie Ykpn Yogyakarta, Juli (2020)
- Katadata.Co.Id. (2024). Marketplace Pilihan Brand Lokal Dan Umkm Di 2024: Shopee Memberi Keuntungan Bagi 71 % Brand Lokal [Artikel Digital].
- Khan (2021). The Influence Of Social Media Marketing Activities On *Brand Trust*, Brand Equity And Brand Loyalty (Case Study On Instagram Shopee Indonesia). *Jurnal Ekonomi*, 12(3), 1344–1348.
- Khan, G. F. (2021). The Role Of Social Media In *Digital Marketing*. *International Journal Of Marketing Studies*, 13(2), 1-10.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles Of Marketing* (18th Ed.). Pearson Education. Halaman 18
- Kumaresan, C., & Samydoss, C. (2024). *Brand Awareness: Understanding Its Role In Sales, Consumer Intentions, And Decision Making*.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce 2021: Business, Technology, And Society* (16th Ed.). Pearson.
- Lelly Brestilliani & Suhermin (2020) Pengaruh *Brand Awareness*, Brand Ambassador, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia). (*Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol.9, No.2.

- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pt. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Marcella Angelica, Hery Winoto Tj (2025) The Influence Of Social Media Marketing On Purchase Decisions Mediated By Brand Equity And *Brand Trust* 1100–1113
- Martha, L. P., Primadewi, A., Priwirjanto, E. S., Fatmawati, E., Nahdiana, N., Yustina, I., Mastiyah, I., & Atul Hidayati, L. (2023). The Effects Of *Digital Marketing*, Word Of Mouth, And Service Quality On Purchase Decisions: An Empirical Study Of Food Smes Products. *International Journal Of Data And Network Science*, 7(3), 1117–1124. <https://doi.org/10.5267/J.Ijdns.2023.5.012>
- Mohamad Musa Abdullah, Dede R Oktini, Dedy Ansari Harahap (2022) Pengaruh Social Media Marketing Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Bandung. (Bandung Conference Series: Business And Management, Vol. 2, No. 1, April (2022)
- Mohamed Ichou & Oussama Manar (2024) The Impact Of Brand Image And *Brand Trust* On Consumer Buying Behavior 251–257
- Monika Samanthawina Belan & Nur Elfi Husda (2024) Pengaruh *Digital Marketing*, Eelctronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian The Originote Di Kota Batam
- Muhammad Alwan Fadhiilah, Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, Dan Marisa Puspita Sary (2025) The Relationship Of *Digital Marketing* Advertising Strategies With Television Advertising Jingles In Increasing *Brand Awareness* On Shopee. (*Journal Of Digital Marketing And Communication*, Vol. 5(1), 66-81.
- Muhammad Azizurrohman (2023) Customer Brand Engagement Dan Brand Experience Untuk Memprediksi Brand Loyalty Skincare Lokal: Variabel *Brand Trust* Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 380–393.
- Muliadi (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sosial Budaya Dan Gaya Hidup Masyarakat: Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (Mppki)*, 5(11), 1319–1328. <https://doi.org/10.56338/Mppki.V5i11.2494>
- Munawaroh Et Al. (2022). Pemanfaatan Teknologi Dalam Membangun Sumber Daya Manusia Di Era Digital. *Jurnal Profit*, 10(2), 147–156. Link Pdf [Journal Unimar Amni](#)
- Natasiah, U., & Syaefulloh. (2024). Brand Image, *Brand Trust*, And Brand Ambassador On Purchase Decisions Of Shopee E-Commerce Users In Pekanbaru City. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 120–134. <https://doi.org/10.33096/Jmb.V11i1.702>
- Noviandini, N. P. T., & Yasa, N. N. K. (2021). Peran *Brand Trust* Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 10(11), 1201–1220.
- Noviyanti (2023). Pengaruh Self Efficacy Dan Organizational Citizenship Behavior Terhadap Knowledge Sharing Serta Dampaknya Pada Kinerja Karyawan Pt.

- Taspen Kcu Bandung. (Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung)
- Nugraha, (2023). The Role Of Fashion In Bandung Creative Industry Subsector. *Journal Bandung Creative Movement*, Telkom University.
- Nurhasanah, Febrina Mahliza, Lucky Nugroho And Yananto Mihadi Putra (2021) The Effect Of E-Wom, *Brand Trust*, And Brand Ambassador On Purchase Decisions At Tokopedia Online Shopping Site
- Oktavia Susdian Asnani & Rismawati (2021) Pengaruh Brand Image, *Brand Trust*, Dan Service Quality Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Di E-Commerce. (*Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 10, No.2, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya, Juni (2021)
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia (2024), Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023, Pusat Data Dan Sistem Informasi
- Permana & Ratnasari (2023). Pengaruh *Brand Trust* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Prologia*, 8(2), 401–409.
- Prasetya & Yoga (2020). Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Decision Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Tepung Bumbu Krispi Merek Si Buyung. *Agora: Jurnal Mahasiswa Manajemen Bisnis*, 8(2), 118–130.
- Putri, M. A. (2024). Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap E-Commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1). <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.5492>
- Rachmawati, D., & Patrikha, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 7(2), 1–10.
- Raghil, M., & Riofita, H. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di E-Commerce. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*.
- Rahayu (2020) Determinant Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Sabun Mandi.
- Rizky Maulana, Hapzi Ali, Hadita (2024) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Aerostreet. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, Vol. 3, No.2.
- Robbins, Stephen P., And Judge, T.A. (2018). *Organizational Behavior* (18th Ed.). London: Pearson Education.
- Robbins, Stephen P., Dan Coulter, M. (2018). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Rohmah, A. (2020). Pandemi Covid-19 Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen Di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1373–1378. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i7.247>
- Rohmat Sarman, Azhar Affandi, Horas Djulius, Sidik Priadana (2024) Building A Digital Innovation Ecosystem Through Knowledge Sharing And A Conducive Business Climate (*Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 14, No 3
- Rosid, A. (2025). Meningkatkan Strategi Bisnis Di Era Digital Guna Meningkatkan Omzet Penjualan. *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 4(6), 1397–1405.

- Rr Roosita Cindrakasih, Halek Mu'min, Jumui, Eva Yuniarti Utami, Danweni Indah Doktri Agus Tapaningsih (2024) The Effect Of *Digital Marketing* Strategy, *Brand Trust*, And Customer Expectations On Online Purchasing Decisions On E-Commerce In West Java. (West Science Interdisciplinary Studies Vol. 02, No. 03, Pp. 552-562.
- Ryan, D., & Jones, C. (2020). *Understanding Digital Marketing*. Kogan Page.
- Safinatunnajah, Et Al. (2021). *Brand Awareness*
- Salsabila & Dewi (2023) Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Awareness* Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Flicka Bags Sidoarjo
- Salwa, R. Et Al. (2025). Peran Teknologi Internet Dalam Transformasi E-Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 1–10.
- Salwa, R., Lubis, N. A. S. F., Lestari, D., Harahap, U. Y., & Nurbaiti, N. (2024). Peran Teknologi Internet Dalam Transformasi E-Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 1–10.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh *Digital Marketing*, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596–2620. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I07.P07>
- Seli Saniyyah, Arie Hendra Saputro, Dan Dadan Abdul Aziz Mubarak (2024) Pengaruh Brand Image, *Brand Trust* Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Nivea (Studi Pada Pengguna Shopee Mall Di Bandung). (Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), Vol. 10 No. 6. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V10i6.3377>
- Setiadi, S., & Maulana, R. (2023). *Digital Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Abig Berkah Sukabumi. *Jurnal Ekonomi*, 9(3), 13–21.
- Setyawan, S. A., Hidayah, S., & Zainurossalamia, S. (2023). The Influence Of Direct Marketing, *Digital Marketing* And Instagram Celebrity Support On Purchase Decisions In Samarinda City, Indonesia. *Journal Of Madani Society*, 2(1), 26–33. <https://doi.org/10.56225/Jmsc.V2i1.175>
- Siregar, A. I. (2023). *Digital Marketing* Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital: Kajian Konseptual. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 2921–2930.
- Siti Rochman Indah Lestari (2021) Pengaruh Live Streaming, *Brand Awareness*, Desain Web Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E—Commerce Shopee Di Jakarta Pusat (Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala)
- Statista. (2024). Share Of Traffic Of E-Commerce Market In Indonesia Between February And April 2024, By Platform. Statista.
- Steffany Agatha Christy (2023) Pengaruh Kualitas Produk, Peran Influencer, Dan Fitur Live Streaming Sebagai *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Aplikasi Tiktok (Bachelor Thesis Universitas Buddhi Dharma)
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cv.Afabeta, Bandung

- Supiyandi, A., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2022). Influence Of *Brand Awareness*, Brand Association, Perceived Quality, And Brand Loyalty Of Shopee On Consumers' Purchasing Decisions. *Commit (Communication And Information Technology) Journal*, 16(1), 9–18. <https://doi.org/10.21512/Commit.V16i1.7583>
- Surya Bintarti, Agustini Tanjung, Arief Teguh Nugroho, Dan Muhammad Kosasih (2021) Purchase Decision During The Covid-19 Pandemic: Implementation Of *Digital Marketing And Brand Awareness* In E-Commerce Shopee. (Prosiding Manajerial Dan Kewirausahaan V, “Kebangkitan Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi Covid-19” Lp2m Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ipwi Jakarta)
- Terry, George R. (2018). *Principles Of Management*, Seventh Edition, Richard D. Irwin, Inc, Homewood, Illionis.
- Tisna Romadoni, Hartanto Halim, & Eman Sulaiman. (2024) Pengaruh *Digital Marketing* Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Twn Second Store Tasikmalaya. *Mamen: Jurnal Manajemen*, 3(4), 328–339. Doi: 10.55123
- United Nations Educational, Scientific And Cultural Organization – Unesco (2020) *Creative Cities Network*
- Viola Fionita Tesalonika Amba & Sisnuhadi (2021) Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Brand Awareness* Sebagai Mediasi Pada Konsumen E-Commerce Shopee (Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang, Vol. 11, No. 1.
- Wadhira Anfihan Syahputri, Kholil, & Ayu Anggraeni. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unusida. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (Jemb)*, 4(2), 180–191. <https://doi.org/10.33474/Manajemen.V4i2.1610>
- Wardhana, A. (2024). *Brand Trust*. Dalam *Brand In The Digital Edge*-Edisi Indonesia (Hlm. 244–271). Eureka Media Aksara.
- Wiesböck, F., & Hess, T. (2024). Digital Business As A Field For Research And Education. *Electronic Markets*, 34(1), 1–13.
- Wiranata, I., Agung, A., & Prayoga, I. (2021). Pengaruh *Digital Marketing*, Product Quality And Brand Image On Bread Purchasing Decisions At Holland Bakery Batubulan. *Journal Of Emas*, 2(3), 133–146.
- Yudhistira (2024) Fashion Kreatif Generasi Z Di Bandung Ikut Memperkaya Estetika Dan Budaya. *Times Indonesia*
- Z. A. Putri, N. S. Komariah, H. Anas (2025) Pengaruh *Brand Trust* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo 111–120

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

### Surat Keputusan Dekan



## UNIVERSITAS PASUNDAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN (TERAKREDITASI A) MANAJEMEN (TERAKREDITASI A) AKUNTANSI (TERAKREDITASI A)

### SURAT KEPUTUSAN DEKAN

Nomor : 030/Unpas-FEB.D/MJ/Q/II/2025

Tentang

**Pembimbing, Pembimbing Pendamping, dan Penelaah/Penguji  
Penelitian (Skripsi) Periode 14 Februari 2025 s/d 14 Agustus 2025**

- Menimbang : Bahwa untuk meningkatkan mutu penelitian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan, maka diperlukan pembimbing, pembimbing pendamping dan penelaah/penguji yang ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional.  
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi.  
3. Peraturan Presiden No 8 tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI).  
4. Permendikbud Pasal 109 tahun 2013, tentang Penyelenggaraan Pendidikan Jarak Jauh.  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggaraan Pendidikan skuTinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.  
6. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2016 tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi.  
7. Surat Keputusan Rektor Unpas No: 160/Unpas.R/SK/Q/2016 tentang perubahan nomenklatur FE menjadi FEB.  
8. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi  
9. Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor: No. 4402/SK/BAN-PT/Ak.KP/S/V/2024 tanggal 21 Mei 2024, No. 4401/SK/BAN-PT/Ak.KP/S/V/2024 tanggal 21 Mei 2024 dan BAN PT No: 14253/SK/BAN\_PT/AK-PPJ/S/II/2022, tanggal 8 Februari 2022 tentang Hasil Peringkat Akreditasi Program Studi Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan, untuk Program Sarjana di Perguruan Tinggi.  
10. Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 53 Tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi.  
11. Peraturan Yayasan Pendidikan Tinggi (YPT) Pasundan Nomor 21 Tahun 2023 tentang Perubahan Statuta Universitas Pasundan Pengurus Yayasan Pendidikan Tinggi Pasundan.  
12. Surat Keputusan Rektor No: 315/Unpas.R/SK/XII/2023 tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Di Lingkungan Universitas Pasundan Masa Bakti 2023-2028.
- Memperhatikan : Saran dan Pendapat Pimpinan Fakultas dan Pimpinan Program Studi di lingkungan FEB UNPAS.
- Memutuskan**
- Menetapkan  
Pertama : Terhitung sejak tanggal ditetapkan Surat Keputusan ini, mengangkat Pembimbing, Pembimbing Pendamping dan Penelaah/Penguji Penelitian (Skripsi) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Program Studi Manajemen (terlampir)
- Kedua : Periode bimbingan dari mahasiswa tersebut adalah **14 Februari 2025 s/d 14 Agustus 2025**
- Ketiga : Periode perpanjangan bimbingan skripsi dapat dilakukan melalui 2 tahapan yaitu: perpanjangan tahap pertama selama 3 bulan dan perpanjangan tahap ke 2 adalah selama 3 bulan
- Keempat : Dosen pembimbing dalam kurun waktu perpanjangan dapat digantikan dengan Pembimbing yang baru atau pembimbing yang sama.
- Kelima : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan diadakan perbaikan.

Ditetapkan : di Bandung.

Pada tanggal : 17 Februari 2025

Dr. H. Juana, SE., M.Si.  
NIPY : 15110195



JL. TAMANSARI No. 6 - 8 BANDUNG 40116 TELP. 022-4233646 ; 4208363 FAX. 022-4208363  
e-mail : fekon@unpas.ac.id