

2. Ketiga dimensi pada *e-service quality* yang tak memberikan dampak positif diantaranya *fulfillment*, *privacy*, serta *responsiveness* dapat dijadikan bagian yang mendapat perhatian perusahaan *e-commerce* agar ditinjau semakin mendalam agar ditingkatkan hingga mempunyai kemungkinan agar dapat menciptakan peningkatan keputusan pembelian .
3. Bagi peneliti seterusnya, diharap dapat memperluas ataupun mengembangkan variabel lainnya yang mempunyai pengaruh terhadap *purchase decision* , antara lain terkait kepuasan pelanggan atau juga terkait dengan *brand awareness*
4. Guna menanggulangi permasalahan *fulfillment*, *privacy*, dan *responsiveness* yang disampaikan pada setiap industri *e-commerce* yang tidak signifikan. Sebaiknya pada industri *e-commerce* meningkatkan kualitas dari ketiga variabel *privacy*, *fulfillment*, dan *responsiveness* pada sistem aplikasi *e-commerce* tersebut dengan cara selalu melakukan pembaharuan dan pemeriksaan pada ketiga variabel tersebut. Seperti meningkatkan keamanan pada data pribadi *customer*, penetapan perjanjian sesuai dengan perjanjian yang sudah dijanjikan kepada *customer*, juga merespon dengan baik serta cepat kepada *customer* sehingga informasi yang disampaikan selalu *up to date*.

DAFTAR PUSTAKA

Setyowati, Dina. & Suryoko, Sri. (2018). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Trust Sebagai VARIabel Mediasi Studi Pada Penggunaan Situs BukaLapak Di Kota Semarang*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Firdausya, Puspa Cantika. & Oktini, Dede. (2019). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus: Go-Jek DI Bandung*. Jurnal Ilmu Manajemen.5(2): 759-760.

Zehir, Cemal. & Narcikara, Elif. (2016). *E-Service Quality and E-Recovery Service Quality: Effects*. 5th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management. 229: 430-431.

Rita, Paulo. Oliveira, Tiago. & Farisa, Almira. (2019). *The Impact Of E-Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Behavior In Online Shopping*. Information Management. 5: 1.

Pranitasari, Diah. & Sidqi, Nurafif Ahmad. (2021). *Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen. 18(2): 14-17.

Ghozali, A. 2007. *Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Ed.4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Fatah, Sahirul. 2021. *Strategi Pemasaran Melalui E-Commerce Dalam Peningkatan Pendapatan Rumah Makan Pondok Asmara Pak Jamal*. Skripsi. Semarang: STKIP PGRI Bangkalan.

Purbo, Onno W. Wahyudi, Aang. (2001). *Mengenal E-Commerce (Edisi ke-1)*. Jakarta: Elex Media Komputerindo.

Meow's Blog.(2012). *Sejarah E-commerce*. Diakses pada tanggal 3 Juli 2021, dari [Sejarah E-commerce \(miladipayanti.blogspot.com\)](http://miladipayanti.blogspot.com).

Ardyanto, Denni. Susilo, Heru. Riyandi. (2015). *Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Jurnal Administrasi Bisnis. 22(1): 2-3.

Asbar, Yuli. Siregar, Widyana Verawaty. Mulyasari, Nova. (2021). *Pengaruh Kecanduan Internet Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Online Produk Fashion (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Di Kabupaten Aceh Utara)*. Jurnal Sistem Informasi. 5(1): 126.

Hismendi. (2016). *E-commerce: Model Interaksi Jual Beli (Studi Pada Pelaku Interaksi Jual Beli Melalui Internet)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 15(1): 40-41.

Aco, Ambo. Endang, Andi Hutami. (2017). *Analisis Bisnis E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*. Jurnal Teknik Informatika. 2(1): 3-4.

Novika, Soraya. DetikFinance. (2021). *Merunut Perkembangan E-Commerce Di Indonesia*. Diakses pada tanggal 5 Juli 2022, dari [Merunut Perkembangan e-Commerce di Indonesia \(detik.com\)](https://www.detik.com/finance/berita/detikfinance/merunut-perkembangan-e-commerce-di-indonesia).

Darma, Budi. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Jakarta: Guepedia.

Putri, Rifda Aufa. Fenalosa, Aldo. Iprice. (2022). *[Laporan] Perusahaan E-Commerce Mana yang Paling Berpengaruh di Asia Tenggara pada Q1 2022?*. Diakses pada tanggal 31 Agustus 2022, dari <https://iprice.co.id/trend/insights/laporan-perusahaan-e-commerce-mana-yang-paling-berpengaruh-di-asia-tenggara-pada-q1-2022/>.

Zakawali, Gifari. Sirclo. (2022). *5 Cara Meningkatkan Penjualan Saat Harbolnas yang Perlu Kamu Ketahui!*. Diakses pada tanggal 31 Agustus 2022, dari <https://store.sirclo.com/blog/cara-pendapatan-harbolnas/>.

Febriansyah, Mochamad. Diklikaja.com. (2021). *Sejarah HARBOLNAS dan Optimisme Pemulihan Ekonomi 2022*. Diakses pada tanggal 31 Agustus 2022, dari http://diklikaja.com/smartblog/221_harbolnas-dan-optimisme-pemulihan-ekonomi.html.