

Special Issue :

Webinar Nasional  
**HUMANIS 2024**

Website :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

Program Pascasarjana Magister Manajemen

Jl. Raya Puspiptek, Buaran, Kec. Pamulang, Kota Tangerang

Selatan, Banten 15310,

Email : [humanissemnas@gmail.com](mailto:humanissemnas@gmail.com)

## Pengaruh Kualitas Portofolio dalam Keputusan Pembelian Layanan Desain 3D dan Animasi di Marketplace Freelance: Studi Kasus fiverr.com

Aditiya Pratama <sup>1)</sup>; Nur Iman Zamsani <sup>2)</sup>; Anjani Zhafira Ningrumsari <sup>3)</sup>; Sugiyanto <sup>4)</sup>

<sup>1-4)</sup>Program Studi Pascasarjana Magister Manajemen  
Universitas Pamulang

Email : <sup>1)</sup> [pratamadesigning@gmail.com](mailto:pratamadesigning@gmail.com), <sup>2)</sup> [zamsaniiman@gmail.com](mailto:zamsaniiman@gmail.com), <sup>3)</sup> [anjanifira@gmail.ac.id](mailto:anjanifira@gmail.ac.id)

<sup>4)</sup> [dosen00495@unpam.ac.id](mailto:dosen00495@unpam.ac.id)

**Abstract.** This research aims to investigate the influence of portfolio quality on purchasing decisions for 3D design and animation services on the freelance marketplace fiverr.com. Portfolios are a key aspect in attracting clients in the 3D design and animation industry, as they are a visual representation of a designer's abilities and creativity. This study uses a survey method involving 30 customers who have purchased 3D design and animation services from protamadesign's fiverr.com account ([www.fiverr.com/protamadesign](http://www.fiverr.com/protamadesign)). The analysis results show that portfolio quality has a significant influence on client purchasing decisions. These findings provide valuable insight for freelance designers in managing their portfolios to increase traction and success on fiverr.com.

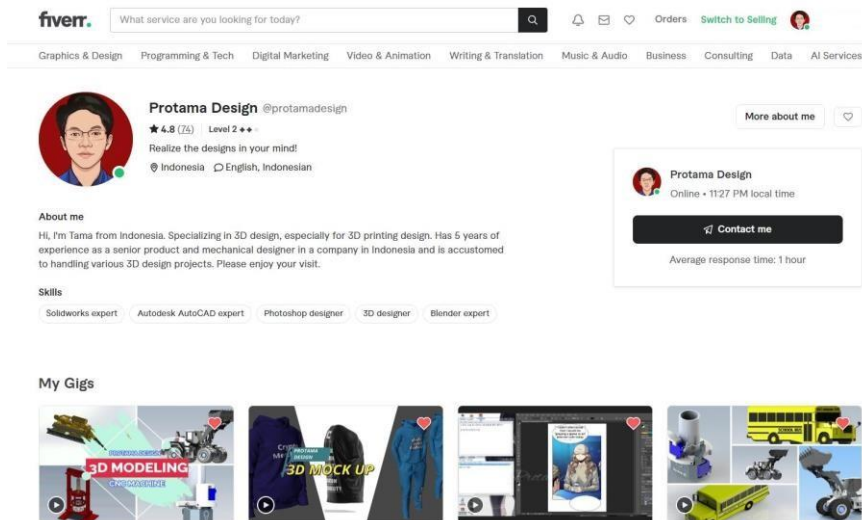
**Keywords:** 3D Design, Animation, fiverr.com, Portfolio, Purchasing Decisions

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas portofolio terhadap keputusan pembelian layanan desain 3D dan animasi di marketplace freelance fiverr.com. Portofolio merupakan aspek kunci dalam menarik klien di industri desain 3D dan animasi, karena merupakan representasi visual dari kemampuan dan kreativitas seorang desainer. Studi ini menggunakan metode survei yang melibatkan 30 customer yang telah membeli layanan desain 3D dan animasi dari akun fiverr.com milik protamadesign ([www.fiverr.com/protamadesign](http://www.fiverr.com/protamadesign)). Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas portofolio memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian klien. Temuan ini memberikan wawasan yang berharga bagi desainer freelance dalam mengelola portofolio mereka untuk meningkatkan daya tarik dan kesuksesan di fiverr.com.

**Kata kunci:** Animasi, Desain 3D, fiverr.com, Keputusan Pembelian, Portofolio

### PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, platform freelancing seperti fiverr.com telah menjadi salah satu pilihan utama bagi para pekerja kreatif untuk menawarkan jasa mereka dan bagi konsumen untuk mencari layanan berkualitas dengan harga terjangkau. Dalam persaingan yang semakin ketat, kualitas portofolio menjadi salah satu faktor krusial yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Portofolio yang berkualitas dapat menunjukkan keterampilan, kreativitas, dan profesionalisme penyedia layanan, sehingga meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen untuk melakukan pembelian.



Gambar 1. Profil fiverr Protama Design Sumber: [www.fiverr.com/protamadesign](http://www.fiverr.com/protamadesign)  
Penyedia layanan desain 3D dan animasi, khususnya di fiverr.com, menghadapi tantangan untuk menampilkan portofolio yang tidak hanya menarik tetapi juga mencerminkan kemampuan dan kualitas kerja mereka. Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana kualitas portofolio dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.



Gambar 2. Portofolio Akun Fiverr Protama Design Sumber: [www.fiverr.com/protamadesign](http://www.fiverr.com/protamadesign)  
Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas portofolio terhadap keputusan pembelian layanan desain 3D dan animasi di fiverr.com. Dengan memahami hubungan ini, penyedia layanan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan portofolio mereka dan, pada akhirnya, meningkatkan jumlah pembelian dari konsumen.

## TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas portofolio terhadap keputusan pembelian layanan desain 3D dan animasi di fiverr.com. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian klien, desainer freelance dapat meningkatkan strategi pemasaran dan pengembangan portofolio mereka untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar di platform tersebut.

## TINJAUNA PUSTAKA

Menurut Malau (2017) perilaku konsumen adalah perilaku individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan membuang produk, layanan, pengalaman, atau ide untuk kepuasan. Menurut Setiadi (2015) perilaku konsumen adalah tindakan yang terlibat langsung dalam memperoleh, mengonsumsi, dan membelanjakan produk atau layanan, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Menurut Oscario & Zahra (2018) portofolio adalah kumpulan karya atau proyek yang menunjukkan kemampuan dan pengalaman seorang freelancer. Portofolio adalah modal terpenting bagi desainer grafis untuk meniti karir. Di marketplace freelance, seperti Fiverr.com, portofolio sering kali menjadi faktor penentu bagi klien yang mencari layanan berkualitas. Menurut Muflikhun (2021) portofolio yang berkualitas tidak hanya menunjukkan kemampuan teknis tetapi juga menunjukkan pengalaman dan kreativitas freelancer. Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan internal Darimata Image ditemukan tiga faktor tertinggi setelah dilakukannya benchmark yaitu perbanyak dan perbaiki portofolio, kolaborasi, dan memaksimalkan pemasaran media sosial.

Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, menginformasikan dan mengingatkan akan manfaat suatu produk guna mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan. Untuk mengadakan suatu promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi mana yang akan digunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) promosi adalah mempengaruhi dan membujuk konsumen sasaran agar mau membeli atau mengalihkan pembelian terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Promosi dapat diartikan sebagai salah satu bentuk komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran adalah suatu kegiatan pemasaran yang berupaya menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran terhadap perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan setia kepada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Malau (2017) menjelaskan bahwa promosi pada hakikatnya adalah salah satu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah suatu kegiatan pemasaran yang berupaya menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan beserta produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Menurut Lupiyoadi (2013) promosi penjualan adalah segala kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan aliran barang atau jasa dari produsen ke penjualan akhir.

Keputusan pembelian merupakan salah satu konsep perilaku konsumen, baik individu, kelompok, atau organisasi, dalam menilai dan memilih dari berbagai alternatif yang ada serta menentukan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Menurut Tjiptono (2016) keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen, dimana hal tersebut Menurut Kotler dan Keller (2016) promosi adalah mempengaruhi dan membujuk konsumen sasaran agar mau membeli atau mengalihkan pembelian terhadap produk yang dihasilkan perusahaan.

Promosi dapat diartikan sebagai salah satu bentuk komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran adalah suatu kegiatan pemasaran yang berupaya menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran terhadap perusahaan dan

produknya agar bersedia menerima, membeli dan setia kepada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, menginformasikan dan mengingatkan akan manfaat suatu produk guna mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan. Untuk mengadakan suatu promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi mana yang akan digunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan.

Menurut Filieri (2014) online customer review merupakan salah satu bentuk komunikasi word of Mouth dalam penjualan online dimana calon pembeli mendapatkan informasi mengenai produk dari konsumen yang telah merasakan manfaat dari produk tersebut. Dimana Electronic Word of Mouth Review (e-WOM) diartikan sebagai pernyataan baik positif maupun kriteria yang dibuat oleh orang yang akan membeli suatu produk, orang yang sudah membeli suatu produk, atau siapapun yang ingin memberikan komentar mengenai suatu produk. Review merupakan salah satu dari beberapa faktor yang menentukan keputusan pembelian seseorang, hal ini menunjukkan bahwa banyaknya review dapat dijadikan sebagai indikator popularitas produk atau nilai suatu produk yang akan mempengaruhi kemauan membeli suatu produk.

Perilaku adalah suatu tindakan yang terlibat langsung dalam upaya memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Kotler dan Keller (2012) menambahkan bahwa keputusan pembelian adalah proses lima tahap yang dilalui konsumen, dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian sebenarnya dilakukan. oleh konsumen dan memiliki dampak jangka panjang setelahnya.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh kualitas portofolio terhadap keputusan pembelian layanan desain 3D dan animasi di fiverr.com. Desain kuantitatif dipilih karena tujuan utama penelitian adalah untuk mengukur dan menguji hipotesis mengenai hubungan antara variabel independen (kualitas portofolio) dan variabel dependen (keputusan pembelian).

### Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0: Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas portofolio terhadap keputusan pembelian layanan desain 3D dan animasi di fiverr.com.

H1: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas portofolio terhadap keputusan pembelian layanan desain 3D dan animasi di fiverr.com.

### Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang terdiri dari dua bagian utama: pertanyaan mengenai kualitas Portofolio (Variabel X) dan pertanyaan mengenai Keputusan Pembelian (Variabel Y). Kuesioner disusun menggunakan skala Likert 4 poin, dimana responden diminta untuk memberikan penilaian dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 4 (sangat setuju) terhadap pernyataan yang diberikan.

Sebelum digunakan dalam penelitian, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya. Validitas kuesioner diuji menggunakan analisis faktor, sedangkan reliabilitas diukur dengan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Kuesioner yang memenuhi syarat validitas dan reliabilitas digunakan untuk pengumpulan data. Pertanyaan dalam kuesioner dirancang untuk mengukur berbagai aspek kualitas portofolio seperti keterampilan teknis, kreativitas, keunikan, dan profesionalisme.

## Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada pelanggan yang telah melakukan pembelian layanan desain 3D dan animasi di akun fiverr Protamadesign. Kuesioner dikirim melalui pesan langsung kepada pelanggan yang memenuhi kriteria sampel. Responden diminta untuk mengisi kuesioner dan mengembalikannya dalam jangka waktu yang ditentukan.

## Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik regresi linear sederhana dengan bantuan software statistik SPSS. Teknik ini dipilih karena sesuai untuk menguji pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Analisis dilakukan dalam beberapa tahap sebagai berikut:

1. Uji Deskriptif: Menghitung statistik deskriptif seperti mean, median, standar deviasi, dan distribusi frekuensi untuk memberikan gambaran umum tentang data.
2. Uji Normalitas: Dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk untuk memastikan bahwa data terdistribusi normal. Hal ini penting untuk memenuhi asumsi regresi linear.
3. Analisis Regresi Linear: Menghitung nilai koefisien regresi, nilai R Square, dan melakukan uji F untuk mengetahui signifikansi model secara keseluruhan.
4. Pembahasan: Menafsirkan nilai koefisien regresi dan signifikansinya untuk menjawab hipotesis penelitian.

SPSS digunakan karena kemampuannya dalam mengolah data statistik dengan cepat dan akurat. Selain itu, SPSS menyediakan berbagai uji statistik yang diperlukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai variabel penelitian. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menggunakan SPSS, nilai rata-rata (mean) Keputusan Pembelian (Variabel Y) adalah 2.72 dengan standar deviasi 0.521. Ini menunjukkan bahwa secara umum, keputusan pembelian berada pada tingkat yang cukup tinggi. Interval kepercayaan 95% untuk mean adalah antara 2.54 dan 2.90, yang menunjukkan tingkat konsistensi data yang baik.

Distribusi frekuensi dari Keputusan Pembelian menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian yang relatif tinggi terhadap keputusan pembelian layanan desain 3D dan animasi. Nilai minimum yang dicatat adalah 1.75, sedangkan nilai maksimum adalah 3.75, dengan rentang 2 dan interquartile range sebesar 0.75.

### Uji Normalitas

Distribusi data Keputusan Pembelian diuji normalitasnya menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data terdistribusi normal dengan nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0.132 ( $p = 0.200$ ) dan nilai Shapiro-Wilk sebesar 0.969 ( $p = 0.483$ ). Ini menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas, yang penting untuk analisis regresi linear.

Normalitas data penting untuk memastikan bahwa hasil analisis regresi valid dan reliabel. Uji normalitas ini menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini cukup representatif dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dengan menggunakan metode statistik parametrik.



## Hasil Regresi Linear

Analisis regresi linear dilakukan untuk mengetahui pengaruh Portofolio (Variabel X) terhadap Keputusan Pembelian (variabel Y). Berdasarkan Model Summary yang dihasilkan oleh SPSS, nilai  $R$  sebesar 0.563 menunjukkan adanya korelasi yang cukup kuat antara Portofolio dan Keputusan Pembelian. Nilai  $R^2$  sebesar 0.317 mengindikasikan bahwa sekitar 31.7% variasi dalam Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh Portofolio.

Hasil uji ANOVA menunjukkan nilai  $F$  sebesar 12.977 dengan signifikansi 0.001, yang berarti model regresi secara signifikan mampu menjelaskan variasi dalam Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Portofolio berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Koefisien regresi menunjukkan bahwa nilai  $B$  untuk Portofolio adalah 0.498 dengan signifikansi 0.01. Ini berarti setiap peningkatan satu unit pada Portofolio akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0.498 unit. Intercept (Constant) sebesar 1.773 menunjukkan bahwa jika Portofolio bernilai nol, maka nilai rata-rata Keputusan Pembelian adalah 1.773.

## Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Portofolio memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti peningkatan dalam kualitas dan variasi portofolio produk dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Temuan ini mendukung teori pemasaran yang menyatakan bahwa portofolio produk yang baik dapat menarik minat konsumen dan mendorong mereka untuk membeli.

Dalam konteks layanan desain 3D dan animasi di akun fiverr Protamadesign, kualitas portofolio mencakup berbagai aspek seperti keterampilan teknis, kreativitas, keunikan, dan profesionalisme penyedia layanan. Portofolio yang menampilkan karya-karya yang berkualitas tinggi, inovatif, dan beragam cenderung lebih menarik perhatian calon pembeli dan mendorong mereka untuk mengambil keputusan pembelian.

Selain itu, temuan ini juga menunjukkan pentingnya strategi pemasaran yang efektif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Dengan menampilkan portofolio yang kuat dan berkualitas, penyedia layanan dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar. Hal ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa portofolio yang baik dapat meningkatkan persepsi kualitas dan nilai di mata konsumen.

Penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya evaluasi berkala terhadap portofolio untuk memastikan bahwa portofolio tetap relevan dan menarik bagi konsumen. Penyedia layanan di fiverr.com harus terus memperbarui dan meningkatkan portofolio mereka untuk mempertahankan daya tarik di pasar yang kompetitif. Dengan demikian, mereka dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen secara efektif.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa kualitas portofolio memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian layanan desain 3D dan animasi di fiverr.com. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas portofolio yang dimiliki oleh penyedia layanan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Dalam penelitian ini, variabel kualitas portofolio menjelaskan sekitar 31.7% dari variasi dalam keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas portofolio merupakan faktor penting, masih ada faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan pembelian, yang perlu diteliti lebih lanjut.

## Saran

Berdasarkan temuan penelitian, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

1. **Peningkatan Kualitas Portofolio:** Penyedia layanan desain 3D dan animasi di fiverr.com disarankan untuk terus meningkatkan kualitas portofolio mereka dengan menampilkan karya-karya terbaik dan terbaru. Hal ini dapat mencakup peningkatan keterampilan teknis, kreativitas, dan keunikan dari setiap proyek yang dikerjakan.
2. **Strategi Pemasaran:** Penyedia layanan juga perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menonjolkan keunggulan portofolio mereka. Menggunakan platform media sosial, website pribadi, dan testimoni pelanggan dapat membantu dalam menarik lebih banyak calon pembeli.
3. **Penyediaan Feedback Pelanggan:** Mengumpulkan umpan balik dari pelanggan yang telah menggunakan layanan dapat memberikan wawasan berharga mengenai aspek-aspek yang perlu ditingkatkan dalam portofolio. Penyedia layanan harus membuka saluran komunikasi yang baik dengan pelanggan untuk menerima dan mengimplementasikan saran dan kritik.
4. **Penelitian Lanjutan:** Penelitian ini menunjukkan bahwa ada faktor lain selain kualitas portofolio yang mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain tersebut, seperti harga, ulasan pelanggan, waktu penyelesaian proyek, dan faktor personalisasi layanan.
5. **Pembaharuan Portofolio Secara Berkala:** Penyedia layanan disarankan untuk memperbarui portofolio mereka secara berkala agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen. Menampilkan proyek-proyek terbaru dan tren terkini dalam desain 3D dan animasi dapat meningkatkan daya tarik portofolio.
6. **Pendidikan dan Pengembangan Profesional:** Penyedia layanan harus terus meningkatkan kompetensi mereka melalui pendidikan dan pelatihan profesional. Mengikuti kursus, workshop, dan sertifikasi dalam bidang desain 3D dan animasi dapat membantu dalam menghasilkan karya-karya yang lebih berkualitas dan inovatif.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, diharapkan penyedia layanan desain 3D dan animasi di fiverr.com dapat meningkatkan kualitas portofolio mereka dan pada akhirnya meningkatkan keputusan pembelian dari konsumen.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami peran kualitas portofolio dalam keputusan pembelian di marketplace freelance, khususnya di fiverr.com. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penyedia layanan lain dalam mengembangkan strategi peningkatan portofolio mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawa, JLA (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada e-commerce Tokopedia di Kota Manado. *Jurnal EMBA*.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta. Bandung.
- Blaising, A., Kotturi, Y., Kulkarni, C., & Dabbish, L. (2021). *Making it work, or not: A longitudinal study of career trajectories among online freelancers*. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4(CSCW3), 1-29.
- Clinton, M., Totterdell, P., & Wood, S. (2006). *A grounded theory of portfolio working: Experiencing the smallest of small businesses*. *International Small Business Journal*, 24(2), 179-203.
- Distinktion: Journal of Social Theory*, 23(1), 94-113.
- Farki, A., Baihaqi, I, dan Wibawa M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknis ITS*.

- Fenwick, T. J. (2006). *Contradictions in portfolio careers: Work design and client relations*. Career Development International, 11(1), 65-79.
- Filieri, R. (2014). Apa yang membuat ulasan online bermanfaat? Kerangka diagnostik-adopsi untuk menjelaskan pengaruh informasi dan normatif dalam e-WOM. *Jurnal Riset Bisnis*.
- Fraser, J., & Gold, M. (2001). *Portfolio workers': Autonomy and control amongst freelance translators*. Work, Employment and Society, 15(4), 679-697.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gold, M., & Fraser, J. (2002). *Managing self-management: successful transitions to portfolio careers*. Work, employment and society, 16(4), 579-597.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hermawan, A. (2013). *Promosi dalam Prioritas Kegiatan Pemasaran*. Jakarta. PT Buku Seru.
- Husain, T., & Sunardi, N. (2020). *Prediksi Nilai Perusahaan Berdasarkan Rasio Profitabilitas dan*
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*.
- Junni, P. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Komtemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi ke-13, Jil. 1&2). Jakarta: Rajawali.
- Kebijakan Dividen: Tinjauan Keuangan & Ekonomi*, 2(2), 13-26.
- Kotler, P., & Keller, KL (2009). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-13, Vol.1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, KL (2012). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi ke-12, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, KL (2013). *Manajemen Pemasaran*. (Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, KL (2016). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi ke-12, Jil. 1&2). Jakarta: PT.Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maharani, AD (2010). *Analisis Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai era modernisasi global*. Bandung: Alfabeta.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- McKenzie, M. D. J. (2022). *Micro-assets and portfolio management in the new platform economy*. *Minat Beli Calon Konsumen Darimata Image* (Doctoral dissertation, Universitas Ciputra Surabaya).
- Moralee, L. (1998) 'Self-Employment in the 1990s', *Labour Market Trends* 106(3): 121-130.
- Muflikhun, M. H. (2021). Pengaruh Portofolio, Kolaborasi, dan Pemasaran Media Sosial terhadap
- Nugroho, A. (2006). *E-commerce: memahami perdagangan modern di dunia maya*. Bandung: Informatika.
- Oscario, A., & Zahra, A. (2018). *Strategi Penyajian Portofolio Desain*. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa dan Desain*, 3(1), 91-105.
- Pratama, IPAE (2015). *Perdagangan elektronik. e-bisnis dan perdagangan seluler*, Informatika.
- Priandewi, NMM, Fadhilah, M., dan Maharani, BD (2022). Pengaruh kualitas produk, desain produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk di e-commerce Lazada (studi kasus pada pelajar Yogyakarta). *Jurnal Bingkai Ekonomi*.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh harga, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pengguna ecommerce Tokopedia (studi kasus pada mahasiswa manajemen informatika Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja). *Manajemen Jurnal, Bisnis dan Akuntansi*.
- Rahmadi, H., & Malik, D. (2016). Pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian ecommerce pada Tokopedia.com di Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*.
- Rahmawati, L., & Nikmah, F. (2019). Pengaruh kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan secara online di Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Schiffman, LG, & Kanuk, LL (2009). *Perilaku konsumen*. Alih bahasa Zulkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks Grup Gramedia.