

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Amalia, R., & Widyastuti, S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian secara Online. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 6(2), 55-64.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, R. W., & Khasanah, I. (2021). Pengaruh Literasi Digital dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Persepsi Risiko sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 18(1), 47-59.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online menggunakan Sistem COD. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 60-70.
- Hasibuan, M. S. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Junaedi, F., dkk. (2021). *Aktivisme & Literasi Digital: Panduan Praktis*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) RI. (2021). *Kerangka Literasi Digital Indonesia*. Tersedia: <https://literasidigital.id/kerangka-literasi-digital-indonesia/>
- Kerlinger, F. N. (2019). *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lestari, S., & Pamungkas, A. (2022). Dampak Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 10(1), 58-69.

- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, dkk. (2022). Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Belanja Online yang Aman dan Cerdas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2).
- Pratiwi, N., & As-Saber, S. (2020). Urgensi Literasi Digital sebagai Pendukung Pembelajaran Jarak Jauh. *Jurnal JIBEKA (Journal of Islamic Business and Economic)*, 14(1), 60-68.
- Riduwan. (2018). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Saputra, A., & Kriyantono, R. (2021). Fenomena Konflik Pelanggan dan Kurir dalam Transaksi Cash on Delivery (COD) di E-Commerce. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(2), 160-172.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Siagian, H., & Aslami, N. (2021). Manajemen Risiko Operasional Logistik E-Commerce pada Sistem Pembayaran Cash on Delivery (COD). *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 8(1), 81-90.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wulandari, R., & Setyobudi, I. (2023). Edukasi Prosedur COD (Cash on Delivery) untuk Mengurangi Kesalahpahaman antara Kurir dan Pembeli. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(1), 743-748.