

## DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. 2020. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok*. Dalam Jurnal Manajemen Universitas Mulawarman, Vol 12 (1), Hal: 203-210. Tersedia: [https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJE\\_MEN/article/view/7259/966](https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJE_MEN/article/view/7259/966) [17 Januari 2022]
- Adhani, R.Y. S. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online pada Shopee*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang. Tidak diterbitkan
- Agustina, S. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB PRESS)
- Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2020. *Buletin APJII Edisi 74 Nov 2020*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2020. *Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 Q2*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Effendi, U. 2021. *Asas Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hartati, S. 2020. *Pengaruh Persepsi Risiko, Review Konsumen dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Shopee*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi STEI Jakarta. Tidak diterbitkan
- Hartini, Et al. 2021. *Pengantar Manajemen*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Haryani, D. S. 2019. *Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Perumahan Griya Puspadari Asri Tanjung Pinang*. Jurnal Dimensi Universitas Riau Kepulauan. Vol 8 (1) Hal: 54-70. Tersedia: <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms/article/view/1827/1318> [14 Januari 2022]
- Hasibuan, M. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Iswara, D. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta. Tidak diterbitkan.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2020. *Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Jasa Internet di Indonesia bagian penting dari Transformasi Digital*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika. Tersedia: <https://kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna->

- Khaq, M. N. 2015. *Pengaruh Trust, Perceived of Risk dan Electronic Word of Mouth terhadap Niat untuk Bertransaksi menggunakan E-Commerce*. Skripsi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Tidak diterbitkan
- Kotler, P dan Amstrong, G. 2012. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Amstrong, G. 2016. *Priciples Of Marketing*. Edisi 14. New Jersey: Prentice-Hall
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lisnawita, L dan Lucky, L. FC. 2017. *Pengaruh Persepsi Risiko dan Kualitas E-Commerce terhadap Keputusan Membeli Fashion Online*. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi, 16 (2).185-195. Diakses tanggal 02-01-2022
- Listyorini, S. 2015. *Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Beli Produk Fashion yang di Pasarkan Melalui Media Sosial Facebook Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang*. Jurnal Ilmu Sosial. 14 (1), 15-27. Diakses tanggal 24-12-2022.
- Masoud, Y. M. 2013. *The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan*. Eroupean Journal Of Business and Management.5 (6). 2013. Diakses pada tanggal 02 Februari 2022.
- Maulana, M. W. 2019. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Gifuto Handicraft di Instagram*. Thesis Pada Program Studi Psikologi Unversitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Tidak diterbitkan
- Media Konsumen. 2022. *Kecewa dan di Rugikan oleh Penjual dan Tim Mediasi Shopee, Terkait Complain Masalah Keaslian Produk*. Tersedia: <https://mediakonsumen.com/2022/01/13/keluhan/kecewa-dan-dirugikan-oleh-penjual-dan-tim-mediiasi-shopee-terkait-komplain-masalah-keaslian-produk> [06 Februari 2022]
- Mubarok, D. R. 2021. *Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Risiko dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee*. Skripsi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah SumateraUtara. Tidak diterbitkan
- Nazir. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Cetakan Kedepalan Ghalia Indonesia.
- Permatasari, E. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Minimarket*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Tidak diterbitkan
- Peter, J. P. dan Olson, J. C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat

- Priansa, D. J. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Rismi, S. dan Priansa, D. J. 2014. *Manajemen Komunikasi*. Bandung: Alfabeta
- Rosidah, E dan Almunawwaroh, M. 2018. *Pengantar Manajemen*. Bandung: Mujahid Press
- Sawlani, D. K. 2021. *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Surabaya: Inscopindo Media Pustaka.
- Septyana, R. A. 2017. *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Tidak diterbitkan
- Sholikah, et. al 2021. *Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan*. Yogyakarta: Insania
- Simarmata, J. et. al. 2020. *Pengantar Manajemen Sistem Informasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan ke 2. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhir, et. al. 2014. Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 8 (1) 10 hlm. Tersedia: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/355%20> [10 Februari 2022]
- Sunyoto, D. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center Of Academic Publis hing Service (CAPS)
- Suparyanto & Rosyad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In media
- Suryani, D. A. P. et. al. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi Website terhadap Kualitas Website E-Commerce Menggunakan Metode WEBQUAL*. *Jurnal JSIK* Vol 5 Hal 11. Tersedia: **Error! Hyperlink reference not valid.** Febraari 2022]
- Tempo, Data. 2021. *Prediksi Angka Pengguna E-Commerce di Indonesia 2024*. Tersedia: [https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-ecomerc\\_e-di-indonesia-2024](https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-ecomerc_e-di-indonesia-2024) [11 Februari 2022]
- Winardi. 2010. *Motivasi, Permotivasi dan Manajemen*. Jakarta: Edisi Kesatu Cetakan Kesatu PT Raja Grafindo Persada.

Yunita, N. R. et. al. 2019. *Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Bukalapak*. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi. 3 (1), 90-105. Diakses tanggal 08-01-2022.