

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi & Mahsyuri. 2011. Metodologi Riset dan Manajemen Pemasaran. Malang: UIN-Maliki Press.
- Firmansyah, Anang. 2019. Pemasaran (Dasar & Konsep). Surabaya: CV. Media Qiara.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 9). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indasari, Meithiana. 2019. Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Surabaya: UP Utomo Press
- Jusuf, Indriani. 2018. Perilaku Konsumen di masa Bisnis *Online*. Bandung: CV Andi Offset.
- Kotler and Keller. (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Musfar, Firli. 2020. Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Bandung: CV. Media Sains Indomnesia.
- Nachrowi, Djalal Nachrowi dan Hardius Usman. 2015. Penggunaan Teknik Ekonometri, Edisi revisi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Putri Tanama, Rahayu Budi. 2017. Manajemen Pemasaran. Denpasar: Agribisnis Fakultas Peternakan Universitas Udayana
- Priansa, D. J. (2017b). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Sinambela, Lijan Poltak. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia: Membangun Tim Kerja yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: PT. Alfabet.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.

Yulianti, Farida. Lamsah dan Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin. CV Budi Utama.

Jurnal

Ayuningtiyas. Gunawan. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. *Journal of Applied Business Administration* Vol 2, No 1, Maret 2018, hlm. 152-165. e-ISSN:2548-9909.

Andriyanto, Lilik. Syamsiar, Siti. & Widowati, Indah. 2019. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) Terhadap Keputusan Pembelian di Thiwul Ayu Mbok Sum*. *Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*. Vol.20 No.1 Juni 2019. ISSN 1411-593X.

Haryani, Septi, Dwi. 2019. *Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Online di Tanjung Pinang*. (Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia). *DIMENSI*, VOL. 8, NO. 2 : 198-209 JULI 2019 ISSN: 2085-9996

Hidayati, Nuri . 2017. *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi akan Risiko terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike melalui Instagram*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. e-ISSN : 2461-059.

Iskandar, Dani dan Nasution, Bahari. 2019. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU)*. ISSN 2714-8785. DOI: <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3590>.

Istiqomah. Hidayat, Zainul dan Azizah Ainun. 2019. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang*. Vol 2010. E-ISSN : 2622-304X, P-ISSN : 2622-3031.

Maluludiyahwati, Septi. 2017. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko menggunakan e-commerce terhadap Keputusan Pembelian Online (survei Konsumen www.lazada.co.id)*. *Jurusan manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Yogyakarta*.

Nasution. 2018. *Pengaruh Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI*

- IAIN Padangsidimpuan*). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* Volume 4 Nomor 1 Ed. Januari - Juni 2018: hal. 26-39 p-ISSN: 2356-492X
- Nofri, Okta. Ansi Afifah. 2018. *Analisis Perilaku Konsumen dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makasar. Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS) Vol.5, No. 1, (Januari-Juni) 2018: 113-132. ISSN-E: 2597-6990*
- Pradana, Mahir. 2015. *Klasifikasi Jenis – Jenis E-commerce di Indonesia. Universitas Telkom. Bandung. Jurnal Neo-bis. Volume 9, No. 2, Des2015*
- Prayudha, Tri, Bagus. 2017. *Pengaruh Kemudahan, Risiko, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tokopedia.com. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593.*
- Priskila, Tisia. 2018. *Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Terpersepsi terhadap Keputusan Pembelian Daring dengan Harga sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pengguna Shopee Indonesia). Business Management Journal. Universitas Bunda Mulia Vol.14 (No. 2) : 75 - 153. ISSN: 1907-0896 E-ISSN: 2598-6775*
- Rahmadi & Malik. 2016. *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian E-commrce pada Tokopedia.com di Jakarta Pusat. Jurnal ilmiah. ISSN 2355-309.*
- Rahmawati. Nikmah. 2018. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Shopee. Jurnal Aplikasi Bisnis E-ISSN: 2407-5523*
- Riyono. Astono, Ari. D. 2019. *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian oleh Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE AKA Semarang). Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT) Volume 10 Nomor 1, Mei 2019. p-ISSN 2086-3748. e-ISSN 2086-3748*
- Sari, Fuji. P. dan Hawignyo. 2021. *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Online Shop di Tokopedia. Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia. Journal of Economic, Business and Accounting . Volume 4 Nomor 2 Juni 2021. e-ISSN : 2597-523*
- Suhir. Suyadi. Riyadi. 2016. *Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.co.id). Jurnal Ekonomi. Manajemen Universitas Brawijaya: Malang*

Tangesow. Tumbel. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa. Volume UNSRAT Management Student)*. Jurnal EMBA Vol.7 No.3. Hal. 3468 – 3477. ISSN 2303-1174.

Usvita, Mega. 2017. *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Menggunakan E-commerce terhadap Keputusan Pembelian Online (Survey Pada Konsumen Lazada.co.id)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pasaman, Simpang Empat, Pasaman Barat. e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 5, Nomor 1, Januari 2017 : 47 - 53 ISSN : 2337 - 3997

Wardoyo dan Andini, Intan. 2017. *Faktor – Faktor yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Mahasiswa Universitas Gunadarma*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya. Vol. 19, No. 1, Juni 2017

Yunita & Sumarsono, Hadi. 2019. *Pengaruh Persepsi, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Bukalapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo)*. Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi. Universitas Muhammadiyah: Ponorogo. E-ISSN: 2599-0578 ISSN: 2598-7496 Vol. 3.

Web :

<https://www.inet.detik.com/>

<https://www.kompas.com>

<https://databoks.katadata.co.id/>

<https://katadata.co.id/>

<https://play.google.com>

<https://news.detik.com/>

<https://mediakonsumen.com/>

<https://lazada.co.id/>