

DAFTAR PUSTAKA

- A, Aziz, Hidayat. (2017). *Metode penelitian Keperawatan dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.
- Ade Resta Yunita , & Romat Saragih . (2019). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Perum Bulog Divre Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 45-50.
- Adi, Bangun Wibowo, (2015). “Pengaruh Suasana Toko, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarmasin”
- Adi, Isbandi Rukminto. (2013). *Intervensi Komunitas & Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdaya Masyarakat*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Adiningsih, F. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, Persepsi Risiko dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akutansi Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Skripsi*. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah: Surakarta
- Agustini, F., Putra, A., & Dumenta, S. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di PT. Bank Tabungan Negara Cabang Medan. *NIAGAWAN*, 7(1), 30-36.
- Ahmad Muanas,(2014), Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada, *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 N0. 12 2014
- Ainurrofiq. (2007). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce . Tesis Universitas Brawijaya.
- Akram, M. S. (2018). Drivers and barriers to online shopping in a newly digitalized society. *TEM Journal*, 7(1), 118–127. <https://doi.org/10.18421/TEM71-14>
- Amin dan Hendra. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada.co.id. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1(1), 78–96. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Amstrong, dan Kotler (2003), *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Anggraeni, P., & Madiawati, N. (2016). *The Efect Of Trust And Information Quality To Online Purchase Decision On The Site WWW.TRAVELOKA.COM*.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka
- CiptaAssauri, Sofjan. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Assauri, Sofjan. (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.

- Aziz, Musdalifah, et al. (2015). *Manajemen Investasi Fundamental, Teknikal, Perilaku Investor, dan Return Saham*. Cetakan pertama. Edisi pertama. Jakarta: Deepublish.
- Baskara, I. P., & Hariyadi, G.T.(2017). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Dian Nuswantoro: Semarang.
- Chen, S. C. dan Dhillon, G. S., (2003). *Interpreting Dimensions of Consumer Trust in eCommerce, Information Technology and Management*.
- Cheung,C.M, and Lee, M.K. (2012). *What Drives Consumers to Spread Electronic Word of Mouth in Online Consumer-Opinion Platforms. Decision Support Systems, (53), 218–225*.
- Dewi Tamora dkk, „Sistem Teknologi Informasi Dan Manfaat Aplikasi Dari Bisnis Online Shopee“, 1.7 (2021).
- Eid, Mustafa I. (2011). *Determinants of E-Commerce Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in Saudi Arabia. Journal of Electronic Commerce Research, Vol. 12, No. 1, 2011*
- Elvira, Sylvia D dan Hadisukanto, Gitayanti. (2013). *Buku Ajar Psikiatri*. Jakarta : Badan Penerbit FK UI.
- Endah Saptutyningasih dan Esty Setyaningrum. (2019). *Penelitian kuantitatif Metode dan Analisis* . Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Fandy, Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta.
- Farohi, M. I. (2017). *Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Site 9 Studi Pada Nuyer Toko Online Lazada.co.id di Kota Semarang*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Fauziah, Anisatul. (2017). *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. STIE Widya Gama Lumajang. Lumajang.
- Gefen, D., et al., (2003). *Trust and TAM in online shopping: an integrated model. MIS Quart. 27 (1), 51–90*.
- George, J. F., (2004). *The Theory of Planned Behaviour and Internet Purchasing. Internet Research*.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Pada PT. XL AXIATA Tbk. Dan PT. INDOSAT Tbk”, Jurnal EMBA, IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- H. Nasution et al. (2021), “Dampak perkembangan teknologi ditinjau dari aspek pendidikan, marketing dan organisasi,”.
- Ha, H. Y. & Perks, H. (2005). *Effects of consumer perceptions of brand experience on the web: brand familiarity, satisfaction and brand trust, Journal of Consumer Behaviour, 4(6)*.

- Harto, R. B., & Munir, Z. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Jual Beli Shopee. *JURSIMA (Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen)*, 9(1), 89–98.
- Hatch E & Farhady , *Research Design & Statistics For Applied Linguistics. (Tehran : Rahnama Publications, 1981)*
- Horppu, M., Kuivalainen, O., Tarkiainen, A. & Ellonen, H.K. (2008). *Online satisfaction, trust and loyalty, and the impact of the offline parent brand, Journal of Product & Brand Management*, 17(6).
- Inas Rafidah dan Djawoto, (2017). “Analisis Keamanan Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 2. Hal 1-18
- Inas Rafidah. (2017). Keamanan Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 2, Februari 2017 ISSN : 2461-0593*
- Irvania, V. A., Udayana, I. B. N., & Fadhilah, M. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Trust Dan Perceived Risk Terhadap Purchase Intention Pengguna Shopee. *Jurnal Akmenika*, 19(1), 622–630.
- Irwan dan Didi Haryono. (2015). *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Teoritis dan Aplikatif)*. Bandung: Alfabeta.
- Istiqomah, Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan , Iklan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 2(July), 557–563
- Jayani, Dwi Hadya. (2019). 10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019. Diakses dari <http://databoks.katadata.co.id> pada Jumat 15 November 2019.
- Khoiriyah, k., & Arifin. (2018). Pengaruh Trust Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Jual Beli Online Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Muhammadiyah Pringsewu). *Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 9, 64-76.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Kotler, Philip & Kevin L Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran : Analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian*, Jilid I. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin L Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran : Analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian*, Jilid I. Jakarta : Erlangga
- Kusumawati, A., dan Fitriyeni, L., (2017), Pengendalian Kualitas Proses Pengemasan Gula Dengan Pendekatan Six Sigma, *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri Vol 1 No 1 Juli 2017*, 43-48 p-ISSN 2580-2887, eISSN 2580-2895.
- Lim, K.H. et al., 2001, “*How Do I Trust You Online, and If So, Will I Buy?: An Empirical Study on Designing Web Contest to Develop Online Trust*”. *Journal of Management Information System*.
- Mauludiyahwati, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online

- (Survei Pada Konsumen www.lazada.co.id). Retrieved from <https://eprints.uny.ac.id/49008/>.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). *Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase*. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>
- Norhermaya, Y., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang . *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3), 1-3. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/14952>
- Nurarif & Kusuma. (2016). Terapi Komplementer Akupresure. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Park dan Kim. (2006). *A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior*, *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 10 No. 4, pp. 433-446.
- Park, E. J., Kim, E. Y., & Forney, J. C. (2006). *A structural model of fashionOriented impulse buying behavior*. *Journal of Fashion Marketing and Management* ,Vol. 10 (4), pp. 433-446.
- Peter, Paul J dan Jerry Olson. (2013). *Consumer Behaviour* : Perilaku konsumen dan strategi pemasaran Edisi Keempat Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Piarna, R. (2014). Pengaruh Sumber Informasi dan Kualitas Website Terhadap Kepercayaan Pelanggan dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi pada E-Commerce (Studi pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol.12, Nomor 1
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). *Analysis Of The Influence Of Price, Promotion, Location And Services Quality On Purchase Decisions In Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea (Vol. 6, Issue 4)*.
- Prasastono, N., Rahmawati, E., Pradapa, Y. F., Program,), Fakultas, S. P., Universitas, P., Semarang, S., Kedeng, J., Bendan, V., & Semarang, N. (2017). *Effect of Price, Quality Products and Brand Image Purchase Decisions Getuk Pisang Sari Madu Kediri. Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin & Call for Papers Unisbank Ke-3 (Sendi_U 3)*, 324–337.
- Pusposari, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Busana melalui Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta. Unpublished Thesis, Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Skripsi Jurusan Manajemen Bisnis Syariah., FEBI, IAIN.
- Putra. Dwi. (2013). Pengaruh *Trust dan Perceived of Risk* Terhadap Niat untuk Bertransaksi Menggunakan *E- Commerce*. *Jurnal Nominal*. 2(1). Tahun 2013. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rahmadi, H., & Malik, D. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* pada Tokopedia.Com Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, Vol.3, No.1

- Raman, A., & A, V. (2011). *Web Services and e-Shopping Decisions: a Study on Malaysian eConsumer. IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System. February 2011, 54–60.* <https://doi.org/10.1007/s10257-004-0040-8>
- Raman, Arasu, and Viswanathan A. (2011). *Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. IJCA Special Issue on “Wireless Information Networks & Business Information System”.* WINBIS
- Reeder, J. Sharon, dkk. (2014). *Keperawatan Maternitas kesehatan wanita, bayi dan keluarga, Volume 2.* Jakarta: EGC
- Riduwan. (2013). *Dasar-dasar Statistik.* Bandung: Alfabeta.
- Riyono, A, dan Siregar, dkk. (1985). *Kamus Antropologi.* Jakarta : Akademik Pressindo.
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta.
- Saptutyingsih, Endah & Esty setyaningrum. 2020. *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat.* Sleman: Gosyen publishing
- Sari HR, G. I., Fermayani, R., & Harahap, R. R. (2020). Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial (studi kasus pada mahasiswa di Kota Padang). *Menara Ekonomi*, VI(2), 1–11
- Sari, N. N., dkk. (2020). Protokol Kesehatan Covid-19 : Sebagai Upaya Pencegahan Covid-19 di Area Kerja pada Karyawan Perkantoran di Bandar Lampung. *Jurnal Peduli Masyarakat*, 2(4), 173-180.
- Savitri Gemini, dkk. (2021). *Keperawatan Gerontik.* Aceh: Muhamad Zaini
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7).* Jakarta : Prentice Hall
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed).* New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G., and Kanuk, Leslie Lazar, et al., (2008). *Costumer Behavior.* Edisi 7. Pearson Education Australia.
- Septianah, Tri Indah, dkk. (2019). Hubungan Pengetahuan, Tingkat Pendiidkan, Sumber Informasi dan Pola Asuh dengan Pernikahan Dini pada Wanita. *Jurnal Riset Hesti Medan Volume 4 (hlm. 73-81).* Sumedang: Fakultas Keperawatan Unpad.
- Shin, J. S. et al. (2010). Vitamin D Effect on Pregnancy and the Plecenta. December. 31(12).1027-1034.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 8 No 2 Oktober 2014.*
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, V. A., Louis, V., & Johanes, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari. *EJurnal Manajemen*, 9(7), 2872-2894.

- Simon. (2015). “Perbandingan Metode Naive Bayes dan Profile Matching Dalam Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Pemain Inti Tim Basket di SMK Telkom Sandhy Putra Medan”. Skripsi. Universitas Sumatera Utara: Medan
- Studi Manajemen, P., Ilmiah, K., Krishernawan, I., Al-Anwar Jalan Raya Brangkal No, S., Mojokerto, S., & Timur, J. (2020). *Maker: Jurnal Manajemen MARKETPLACE SHOPEE DI MOJOKERTO*
- Sugiyanto (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Sujarweni, V. Wiratna. (2019) *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukawati. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet Di Kota Makassar Sukawati. *Phinisi Integration Review*, 1(2), 190– 200
- Suresh, A.M., dan Shashikala R., (2011), “*Identifying Factors of Consumer Perceived Risk towards Online Shopping in India*”, *IPEDR*, 12, hal.336-341.
- Susanto, D., Fadhilah, M., Bagus, I., Manajemen, N. U., & Ekonomi, F. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Di Yogyakarta) (Dedek Susanto dkk. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 89).
- Susanti, F., & Mulyani, C. (2022). Pengaruh kepercayaan, iklan, persepsi resiko terhadap keputusan pembelian di situs shopee pada konsumen kelurahan lubuk buaya. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1155–1171.
- Tjiptono, F. (2018), *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta.
- Udo, G.J. (2001) *Privacy and Security Concerns as Major Barriers for E-Commerce: A Survey Study*. *Information Management & Computer Security*, 9, 165-174.
- Venny, A. R. (2015). “Pengaruh Persepsi Risiko Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Onine Melalui Blackberry Messenger (BBM)”. *Jurnal Psikologi*, 4(1)
- Widiasworo, E. (2019). *Menyusun penelitian kuantitatif untuk skripsi dan tesis*. Yogyakarta: Araska.

- Wisnumurti, R., & Edwar, M. (2015). "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Atasan Wanita Yang 22 Dijual Secara Online Melalui Grup Blackberry Messenger (Studi Pada Girls Outfit Project Shop)". *Jurnal Mahasiswa Teknologi Pendidikan*, 3(2).
- Yenisey, M. M., Ozok, A. A., & Salvendy, G. (2005). *Perceived Security Determinants in ECommerce Among Turkish University Students. Behaviour and Information Technology*, 24(4), 259–274. <https://doi.org/10.1080/0144929042000320992>
- Yuliawan, E., Siagian, H., Willis, L., Pengaruh Faktor Kepercayaan, A., & Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian, K. (2018). PADA ONLINE SHOP ZALORA INDONESIA (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan).
- Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7(3), 1–11.