

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). "Pengaruh Kepercayaan dan Resiko pada Minat Belanja *Online*". *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwajaya*, 14, 2.
- Arifin. (2018). *Manajemen Keuangan*. https://www.researchgate.net/profile/Az-Arifin/publication/334388027_BUKU_MK_AZA/links/5d2697be92851cf4407896ca/BUKU-MK-AZA.pdf
- Arwiedya, M. R. (2011). "Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko *Online*". *E- Jurnal EP Unud Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Asakdiyah dkk.(2023). *Jurnal " Model of strengthening relationship marketing through antecedents and consequences of e-commerce customer e-trust"*.
- Bongso, L. A., & Kristiawan, A. (2022). "Kenyamanan *Online* Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan *Online* Pada Pengguna Tokopedia". *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(1), 123–140. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i1.38621>
- Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). "Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Pembelian *Online* Secara Impulsif". *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 26–45. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.523>
- Darmawan. (2022). *MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN SYARIAH*. https://books.google.co.id/books?id=VOZwEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Dimiyati, M., Kartikasari, M. D., & Sukarno, H. (2018). "Pengaruh *Green Marketing* dan Pengetahuan Terhadap keputusan Pembelian dengan Mediasi minat Membeli konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Jember". *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 172. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v5i2.8680>
- Elissa, I., & Mujiyana. (2013). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko *Online*". *VIII(3)*, 143–152.
- Ghozali. (2008). "Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Pogram *IBM SPSS* (Issue 13190276). Universitas Diponegoro".
- Gusti, F. M., Hamdani, N. A., & Nurhasanah, R. (2021). *Jurnal Wacana Ekonomi Persepsi Risiko dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan. Online Customer Purchasing Decision*, 20(02), 092–103.
- Hairul. (2020). *Manajemen Risiko*. https://eprints.uniska-bjm.ac.id/4481/1/BUKU%20MANAJEMEN%20RISIKO_compressed.pdf
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). "Perilaku Belanja *Online* Di Indonesia:

- Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*," 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>
- Harahap dkk. (2018). Perilaku Belanja *Online* Di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/6005>
- Irwanto dkk. (2022). "Pengaruh kepuasan konsumen dan promosi terhadap niat pembelian ulang konsumen shopee saat pandemi". *Jurnal Paradigma Ekonomika* Vol.17. <https://online-journal.unja.ac.id/paradigma/article/download/17438/13885/55468>
- Karami, K. A., & Wismiarsi, T. (2016). "Pengaruh Risiko pada Keputusan Belanja *Online*". *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*, 2–3.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing*. 62.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. "Marketing Management". New Jersey: Pearson Prectice Hall.
- Luna, G. C., & Sudarman, E. (2023). "Pengaruh Keamanan, *Convenience Risk*, dan Persepsi Risiko Produk terhadap Minat Beli *Online* pada Situs Jual Beli Shopee". *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah ...*, 3(2), 189–206. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/344%0Ahttps://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/download/344/172>
- Mahkota, A. P., Suryadi, I., & Riyadi. (2014). "Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Studi Pada *Website Ride Inc*)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 305–306.
- Nashita, B., Thalia, C. F., Saputra, M. I., Noveira, R. S., & Aprilia, Z. Y. (2022). "Gambaran Persepsi Resiko pada Mahasiswa Universitas Pancasila Terhadap Aktivitas Berbelanja *Online* di Aplikasi Shopee". *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 60.
- Ningsih dkk. (2024). *Manajemen Risiko*.
https://www.researchgate.net/publication/377306731_Buku_Manajemen_Risiko
- Putri, C. I. D., & Sudika, I. B. (2018). "Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli *Online* Pada Situs Lazada". *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(7), 3532–3563.
- Putri, N. A. R., & Iriani, S. S. (2019). "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee". *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2), 69. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2391>
- Resmanasari, D., Ruswandi, W., & Setiadi, S. (2020). "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Akan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online*". *Jurnal Ekonomak*, 7(2), 16–23. <http://ejournal.stiepgri.ac.id/index.php/ekonomak/article/view/153>

- Santoso dkk. (2020). "Pengaruh Marketing Mix Produk Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Bahari Jawa Timur". <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/7136/>
- Sarah, Y., & Sutar, S. (2020). "Pengaruh Green Marketing, Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian". *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 33–47. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.30>
- Sawlani. "Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan." https://www.google.com/books?hl=en&lr=&id=LodAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=BUKU+kepercayaan+belanja&ots=47uWyZ4jtY&sig=mno9iQUGCYJ_INd1jpQ4bWivibg
- 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)". *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 6(2), 1–11. <https://doi.org/10.31869/me.v6i2.1816>
- Sasmita, R. S. (2020). "Research & Learning in Primary Education Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar". *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 1, 1–5.
- Setiagraha, D., Junianto, M., & Muharramah, U. (2023). "Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Minimarket Alfamart Kota Palembang". *Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative*, 2(2), 82–91. <https://doi.org/10.56869/jmec.v2i2.509>
- Sugiyono. (2001). *Statistika Untuk Penelitian*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Suryahadi dkk. (2020). "Estimating the Impact of Covid-19 on Poverty in Indonesia". <https://doi.org/10.1080/00074918.2020.1779390>
- Tiwa, E. T., Tasik, F. C. ., & Purwanto, A. (2022). "Pemanfaatan Internet dalam Pengembangan Usaha Kuliner Desa Tumpaan Kecamatan Tumpaan". *Jurnal Ilmiah Society*, 2(2), 1–9.
- Utami, D. (2020). "Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Konsumen Klinik Kecantikan X Di Bogor)". *Jurnal PASTI*, 14(1), 86–95. <https://doi.org/10.22441/pasti.2020.v14i1.009>
- Widhiaswara, I. A., & Soesanto, H. (2020). "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada

Konsumen Gofood di Kota Semarang)". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 114–125.
<https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.114-125>