

DAFTAR PUSTAKA

- Alwafi, Fachrizi & Rizal Hari Magnadi. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli Secara Online pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. *Jurnal Manajemen Vol.5 No.2*.
- Anwar, Resa Nurlaela & Aulia Afifah. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen Terhadap Minat Beli di Situs *Online* (Studi Kasus Pengunjung Situs Lazada di Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen Vol.9 No.1*.
- Bakti Umar, Hairudin, & Maria Septijantini Alie. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Vol.22 No.1*.
- Baskara, Isnain Putra, G. T. H. (2014). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Layanan, dan Persepsi Akan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Spisial (*Social Networking Websites*). *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro ABSTRACT*.
- Bhatti, A. et al. (2020). *Factors Effecting Online Shopping Behavior with Trust as Moderation*. *Jurnal Pengurusan, 60(2020), 109-122*.
- Brunn, Peter, Martin Jensen & Jacob Skovgaard. (2002). *e-Marketplaces Crafting A Winning Strategy*. *European Management Journal Elsevier Vol.2*.
- Dewi, Nuning Nurna & Nina PS. (2019). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Pengalaman Pembelian terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Menggunakan Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo). *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, 2302-4747*.
- Fahmi, Syaifuddin. (2018). Pengaruh Persepsi Keamanan dan Kepercayaan terhadap Niat Konsumen dalam Melakukan Transaksi *E-Commerce*, Melalui Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis Vol.1 No.1*.

- Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Furi, Ratna, et al., (2020). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli *Online* pada Situs Jual Beli Shopee. *E-Jurnal Riset Manajemen*.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Ed.14*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Ed.14*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Ed.14*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Kesembilan)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. (2001). *Ekonometrika Dasar*, Jakarta: Erlangga
- Haider, A., & Nasir, N. (2016). *Factors Affecting Online Shopping Behavior of Consumers in Lahore, Pakistan*. *Journal of Management Engineering and Information Technology (JMEIT)*, 3(6), 163–170.
- Indika, Deru & Cindy Jovita. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.50 No.03*
- Insani, Erlang Prima. (2013). Analisis Pengaruh Kenyamanan terhadap Minat Beli Secara Online pada Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui Website Resmi PT. KAI. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol.12 No.3*.
- Japarianto Edwin & Stephanie Adelia. (2020). Pengaruh Tampilan Web dan Harga terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai *Intervening Variable* pada *E-Commerce* Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.14 No.1*.

- Kotler, Philip. (1998). *Marketing Management*. New Jersey; A Simon & Schuster Company.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2016). *Marketing Manajemen*. Edisi 15. Pearson Education, Inc.
- Madahi, Abdolrazaq & Inda Sukati. (2012). *The Effect of External Factors on Purchase Intention Amongst Young Generation in Malaysia. International Business Research Vol.5 No.8.*
- Mahkota, Andy Putra, et al., (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pelanggan Website Ride Inc). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.8 No.2.*
- Monsuwe et al. (2004). *What Derives Consumers to Shop Online? A Literature Review. International Journal of Service Industry Management Vo.15 No.1.*
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami Untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Gava Media.
- Park, C.H., & Y. G. Kim. (2006). *The Effect Of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Site Commitments". Journal of Electronic Commerce in Organizations 4(1).*
- Rafidah. 2017. Analisis Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Lazada. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.6 No.2.*
- Resnawari, et al., (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* (Studi Pada Masyarakat Kota Sukabumi). *Jurnal Ekonomak Vol No.2.*
- Schiffman, Leon & Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Srisusilawati, Popon, et al., (2019). Komunikasi Pemasaran Syariah dalam Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia Vol. 9 No.1: 66-72.*

Sugiyanto, et al., (2021). Pengaruh Keamanan Bertransaksi, Kemudahan Transaksi, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Tokopedia). *Jurnal Informatika Kesatuan Vol.1 No.1*.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabet.

Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0* (ed.1). UPP STIM YKPN.

Yunita, Nahla Rahma Yunita, et al., (2019). Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Buka Lapak (Studi Kasus pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi Vol.3 No.1*.

<https://money.kompas.com/read/2021/10/22/211000926/riset--masyarakat-lebih-banyak-belanja-online-dibanding-offline>

<https://teknologi.bisnis.com/read/20211008/266/1452223/shopee-kukuh-kan-posisi-sebagai-e-commerce-peringkat-atas-di-indonesia>