

DAFTAR PUSTAKA

I. Buku dan Jurnal

- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Mitra Wacana Media.
- Anggraeni, R. (2020). Aduh, 60% Perusahaan Bangkrut Gegara Covid-19. *Oke Finance*. <https://economy.okezone.com/read/2020/12/10/455/2324978/aduh-60-perusahaan-bangkrut-gegara-covid-19?page=2>
- Armstrong, P. K. dan G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid 1, A). Prenhalindo.
- Armstrong, P. K. dan G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13.). Erlangga.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. S. D. dan T. H. (2016). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE UGM.
- Hartono, J. (2012). *Manajemen Pemasaran*. BPFE Universitas Gajah Mada.
- Hasibuan, M. S. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Aksara.
- Ilaika, B., Girawan, R., Pardian, P., & Sadeli, A. H. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Atribut Produk (Suatu Kasus Pada Konsumen Kojama Shop). 7(1), 767–781.
- Jayantari, I. A. A. U., & Seminari, N. K. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(5), 2621. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p13>
- Keller, P. K. dan K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Ed, 2). PT Indeks.
- Liliyan, A. (2020). Entrepreneurial Marketing dan Trust Terhadap Marketing Performance. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(4), 531–547.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Ed, 3).

Salemba Empat.

- Maharama, Arif Reza, N. K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 1–360. <https://doi.org/10.1142/7114>
- Mardalena, S. dan. (2017). *Pengantar Manajemen* (Ed. 1). Deepublish.
- Minor, J. C. M. dan M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Muharto, A. A. (2016). *Metode Penelitian Sistem Informasi*. Deepublish.
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Pink, B. (2020). *BPS catat penjualan online melonjak tajam selama pandemi corona*. Kontan.Co.Id. <https://nasional.kontan.co.id/news/bps-catat-penjualan-online-melonjak-tajam-selama-pandemi-corona>
- Priskila, T. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terpersepsi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Dengan Harga Terpersepsi Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Shopee Indonesia). *Business Management Journal*, 14(2), 101–112. <https://doi.org/10.30813/bmj.v14i2.1471>
- Purboyo. (2017). Pengaruh Faktor Eksternal, Internal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Di Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 5(2), 175–188. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i2.181>
- Purwanti, T. (2022). Induk Shopee Rugi Besar, Baru 3 Bulan Rugi Rp 10,66 T. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220523083053-17-340941/induk-shopee-rugi-besar-baru-3-bulan-rugi-rp-1066-t>
- R, S. (2022). Akun Palsu Batu Sandungan E-commerce. *Merahputih.Com*. <https://merahputih.com/post/read/akun-palsu-batu-sandungan-e-commerce>
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Gramedia.
- Resanovia, A. (2019). Kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian online. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4).
- Ridwan, M. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis dan Faktor KepribadianN terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Dampaknya Pada Partisipasi

Pelanggan e-commerce di Indonesia. *Jurnal Media Ekonomi (JURMEK)* Vol. 24, No. 2 Agustus 2019 p--ISSN:1693-4768, e-ISSN:2656-8861, 24(2), 79–93.

Riyono, Astono, A. D., & Novitasari, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Oleh Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Aka Semarang). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan*, 10(2017), 61–71.

Rossiana, G. (2021). Berkembang Pesat hingga 2030, Industri *E-Commerce* Marak IPO. *Investor.Id*. <https://investor.id/market-and-corporate/260849/berkembang-pesat-hingga-2030-industri-ecommerce-marak-ipo>

Safroni. (2012). *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia (Teori, Kebijakan dan Implementasi)*. Aditya Media Publishing.

Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card). *Management*, 1–20.

Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Edisi Revisi). Kencana Prenada Media.

Simarmata, M. Y., Taufik, E. ., & Damarwulan, L. M. (2021). Mediasi Kepercayaan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Produk Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Pendahuluan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)*, 5(1), 33–47.

Stephen P Robbins dan Timothy A Judge. (2013). *Organizational Behavior, Terjemahan Ratna Saraswati dan Fabriella Sirait* (Edition 16). Salemba Empat.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif R&D*. Alfabeta.

Supriatna, E. (2021). Shoope atau Tokopedia, Siapa Lebih Unggul di Bisnis e-

Commerce di Indonesia. *Mediakepri*. <https://www.mediakepri.co/tekno/pr-1031292442/shoope-atau-tokopedia-siapa-lebih-unggul-di-bisnis-e-commerce-di-indonesia?page=all>

Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran* (Cetakan Pe). Graha Ilmu.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip dan Penelitian*. CV Andi Offset.

Uly, o Y. A. (2021). Nilai Transaksi E-commerce di RI Diprediksi Tembus Rp 330,7 Triliun pada 2021. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2021/08/16/110522226/nilai-transaksi-e-commerce-di-ri-diprediksi-tembus-rp-3307-triliun-pada-2021>

Usman, H. (2011). *Usman, Husaini. Manajemen: Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, (Ed. 4). Bumi Aksara.

Wardani, A. S. (2020). *Survei: Milenial dan GenZ Mendominasi Tren Belanja Online Saat Pandemi*. *Liputan 6.Com*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4415768/survei-milenial-dan-genz-mendominasi-tren-belanja-online-saat-pandemi>

II. Situs Web

Burhan, F. A. (2020). Mayoritas Aduan Konsumen E-Commerce soal Penipuan dan Peretasan Akun. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f97belc17ad7/mayoritas-aduan-konsumen-e-commerce-soal-penipuan-dan-peretasan-akun>

Burhan, F. A. (2022). Ratusan Ribu Data Pengguna Shopee, Lazada, Ditjen Pajak Diduga Bocor. *Katadata*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/61ea4e8eb3d25/ratusan-ribu-data-pengguna-shopee-lazada-ditjen-pajak-diduga-bocor>

Dihni, V. A. (2021). Penjualan E-Commerce Indonesia Diproyeksi Paling Besar di Asia Tenggara pada 2021. *Katadata.Id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/21/penjualan-e-commerce-indonesia-diproyeksi-paling-besar-di-asia-tenggara-pada-2021>

Haryanto, A. T. (2021). Pengguna Internet Indonesia Tembus 202,6 Juta. *DetikInet*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta>

Makkl, S. (2018). YLKI Sebut Perlindungan Konsumen Belanja Online Rendah. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181213190125->

185-353513/ylki-sebut-perlindungan-konsumen-belanja-online-rendah

- Pink, B. (2020). BPS Catat Penjualan *Online* Melonjak Tajam Selama Pandemi Corona. Kontan.Co.Id. <https://nasional.kontan.co.id/news/bps-catat-penjualan-online-melonjak-tajam-selama-pandemi-corona>
- Purwanti, T. (2022). Induk Shopee Rugi Besar, Baru 3 Bulan Rugi Rp 10,66 T. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220523083053-17-340941/induk-shopee-rugi-besar-baru-3-bulan-rugi-rp-1066-t>
- Anggraeni, R. (2020). Aduh, 60% Perusahaan Bangkrut Gegara Covid-19. Oke Finance. <https://economy.okezone.com/read/2020/12/10/455/2324978/aduh-60-perusahaan-bangkrut-gegara-covid-19?page=2>
- R, S. (2022). Akun Palsu Batu Sandungan E-commerce. Merahputih.Com. <https://merahputih.com/post/read/akun-palsu-batu-sandungan-e-commerce>
- Rossiana, G. (2021). Berkembang Pesat hingga 2030, Industri E-Commerce Marak IPO. *Investor.Id*. <https://investor.id/market-and-corporate/260849/berkembang-pesat-hingga-2030-industri-ecommerce-marak-ipo>
- Supriatna, E. (2021). Shoope atau Tokopedia, Siapa Lebih Unggul di Bisnis e-Commerce di Indonesia. *Mediakepri*. <https://www.mediakepri.co/tekno/pr-1031292442/shoope-atau-tokopedia-siapa-lebih-unggul-di-bisnis-e-commerce-di-indonesia?page=all>
- Uly, o Y. A. (2021). Nilai Transaksi E-commerce di RI Diprediksi Tembus Rp 330,7 Triliun pada 2021. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2021/08/16/110522226/nilai-transaksi-e-commerce-di-ri-diprediksi-tembus-rp-3307-triliun-pada-2021>
- Wardani, A. S. (2020). *Survei: Milenial dan GenZ Mendominasi Tren Belanja Online Saat Pandemi*. Liputan 6.Com.