

DAFTAR PUSTAKA

- Al Idrus, S. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
https://www.google.co.id/books/edition/Kualitas_Pelayanan_dan_Keputusan_Pembeli/MwdMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1–13. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1156>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Aziz, V. R. A. (2015). Pengaruh Persepsi Risiko dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Melalui Blackberry Messenger (BBM). *Psikoborneo: Jurnal Hmiah Psikologi*, 3(2), 186–196. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v3i2.3771>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
https://www.google.co.id/books/edition/STATISTIKA_PENELITIAN_MENGGUNAKAN_SPSS_U/acpLEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Databoks. (2022). *Ini Deretan Barang yang Paling Sering Dibeli Masyarakat Saat Belanja Online*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/22/ini-deretan-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-saat-belanja-online>
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M. . (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Prenada Media.
https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen/DZLyDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish.

- Dyatmika, S. W. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Majalah Ekonomi*, XXIII(1), 124–134.
- Firli Musfar, T. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran_Bauran_Pem/CZUDEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Fitria, E. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus J-Co Suzuya Mall Rantauprapat). *Jurnal Ecobisma*, 5(1), 1–14.
- Gusti, F. M., Hamdani, N. A., & Nurhasan, R. (2021). Persepsi Risiko dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion secara Online. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(2), 095. <https://doi.org/10.52434/jwe.v20i2.1182>
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 198–209. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i2.2155>
- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro Di Giant Mall Permata Tangerang). *Jurnal SWOT*, VII(3), 523–541.
- Istiqomah, Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan , Iklan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 2(July), 557–563. <http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/206/193>
- Luthfianto, D., & Suprihhadi, H. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 22(1), 14–25. ejournal.gunadarma.ac.id
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com. *Ikraith-*

Humaniora, 2. <http://repository.upi-yai.ac.id/1922/>

Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka.

Nurdian, G. (2022). *Data E-commerce Indonesia 2022 (2 Tahun Pandemi)*. Graha Nurdian. <https://grahanurdian.com/data-e-commerce-indonesia-2022/>

Rama Prasetyo, A., & Andjarwati, A. L. (2021). Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, dan Kualitas Produk serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 990–1001. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p990-1001>

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). *Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(2017), 61–71. <http://jurnal.stietotalwin.ac.id/index.php/jimat/article/view/185>

Sandu Siyoto, M. A. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing. https://www.google.co.id/books/edition/DASAR_METODOLOGI_PENELITIAN/QPhFDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Sari, F. P., & Hawignyo, H. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Tokopedia. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 4(2), 755–763. <https://doi.org/10.31539/costing.v4i2.1986>

Siregar, S. (2017). *Metode Pemilihan Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Prenada Media.

Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*.

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

Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). *E-Marketing Bagi Ukm: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial*. Jakad Media Publishing.

https://www.google.co.id/books/edition/E_MARKETING_BAGI_UKM_STRATEGI_PERIKLANAN/JgAXEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Tangesow, N., & Tumbel, A. L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Unsrat 2014). *Jurnal EMBA*, 7(3), 3468–3477. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/24562/24261>

Tirto.id. (2021). “Sudah Ikhlas”: Banyaknya Kasus Penipuan Daring Tak Diproses Polisi. Tirto.Id. <https://tirto.id/sudah-ikhlas-banyaknya-kasus-penipuan-daring-tak-diproses-polisi-gk9r>

Wiratna sujarweni, lila retnani utami. (2019). *The Master Book Of SPSS Pintar Mengolah Data Statistik untuk Segala Keperluan Secara Otodidak*. Startup.

Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>

Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7(3), 1–11.