

DAFTAR PUSTAKA

- Alifa, S., Asri, W. N., Indrijawati, A., & Ferdiansah, M. I. (2023). Literature Review Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen/Pelanggan Pada Proses Bisnis E-Commerce. *Jurnal Jebaku*, 3(1), 100–107. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i1.845>
- Anjani, R. K. (2019). ANALISIS PENGARUH MANFAAT, RISIKO, KEPERCAYAAN, KEPUASAN, DAN SERVICE PERFORMANCE TERHADAP MINAT BELANJA ONLINE MENGGUNAKAN SISTEM E-COMMERCE (STUDI EMPIRIS PADA MAHASISWA AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA TAHUN 2015. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA.
- Azhari, S. P., & Nurhadi. (2022). Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Repurchase Intention pada Situs Belanja Online Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(2), 132–138.
- Cahyono, Y. T., & Anjani, R. K. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG TERINDIKASI MEMPENGARUHI MINAT BELANJA ONLINE MENGGUNAKAN E-COMMERCE SYSTEM (Studi. Seminar Nasional Dan The 6th Call for Syariah Paper, 6(2010), 1162–1180. <https://publikasiilmiah.uns.ac.id/xmlui/handle/11617/11427>
- Erpurini, W., & Janah, W. S. (2022). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen E-commerce (Studi Kasus: Pembelian Produk Shopee.co.id pada Karyawan Borma Toserba Bandung). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 244–248. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.621>
- Hafsyah, A. H. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi Online (E-Commerce). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(06), 94–103. <http://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/view/695%0Ahttp://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/download/695/266>
- Indratno, D. L., & Siti Ramaini. (2018). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 9(2), 146–157.
- Jufrizen, J., Daulay, R., Sari, M., & Nasution, M. I. (2020). Model Empiris Peningkatan Kepuasan Dan Niat Beli Konsumen Dalam Pemilihan Online Shop Instagram. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 249. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i2.008>
- Mambu, T. R., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2021). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano. *Productivity*, 2(1), 26–36. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v12i1.2934>
- Ningsih, S. (2020). Strategi Membangun Customer Trust Pada Online Shop Dikalangan Mahasiswa Milenial. *Dinamis: Journal of Islamic Management and ...*, 3(1), 1–9. <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/dinamis/article/view/1576>

- Nurdiansyah, A., Pratiwi, A., & Kaunaini, B. (2022). Literature Review Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kepuasan. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 297–303.
- Pane, D. H. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI DI SITUS E-COMMERCE BUKALAPAK DI BATAM. UNIVERSITAS PUTERA BATAM.
- Pattikawa, S. N., & Hasan, G. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Minat Repurchase Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Di E-Commerce Kota Batam. *Technomedia Journal*, 8(1 Juni), 52–66. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1.1938>
- Putrie, A. R. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Transaksi Pembelian Online Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(8), 1–14.
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER MASYARAKAT KOTA SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Selviana, & Setyowati, R. B. (2019). Pengaruh Sikap Belanja Online Terhadap Trust Melalui Mediator Kepuasan Pelanggan. *Ikraith-Humaniora*, 3(2), 58–64.
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia. *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp111-119>
- Shopping, P. K. T. O., & E-Commerce, dan K. P. terhadap P. P. K. P. menggunakan. (2023). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pendahuluan. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(4).
- Suryani, S., & Koranti, K. (2022). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 183–198. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5189>
- Wahyuni, Y., Fahlefi, W., & YuliantoHarinugroho. (2023). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN BELANJA DI E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PENGGUNA SHOPEE DI YOGYAKARTA. *Solusi: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 12–22.
- Yani, M. I., & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 443–472. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.285>
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Sriamur Bekasi. *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 324–333. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.674>