

## DAFTAR PUSTAKA

- Chin, W., W. (1998). *The partial least squares approach for structural equation modeling*. In George A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research*, Lawrence Erlbaum Associates.
- Dedek, S., Muinah F., & Ida, B. N. U. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Infrmasi Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Konsumen Shopee Di Yogyakarta.). *Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 18, Nomor 2, 2021, Hal. 89-97 p-ISSN: 1683-7910 e-ISSN: 2549-0206*
- Gunawan, H., & Tiyas, A. K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>
- Gurung, A. (2006). *Empirical Investigation of the Relationship of Privacy Security, and Trust with Behavioral Intention to Transact in E-Commerce*. The University Of Texas at Arlingo.
- Guslan , D., & Yani, A., B. (2016) Pengaruh Kualitas Informasi, Harga Produk dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen di Zalora. *Journal Logistik bisnis, Vol. 11, No. 01*.
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016) Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara *Online* Pada Pengunjung *Website Classifieds* Di Inonesia. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education, Vol. 1, No. 1, hal.181-193*.
- Kim, D., Donald, L., F. & Rao, H., R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support System*. 44,544564.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, and Keller. (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Latifah, Z., & Retno, H. (2018), Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Kualitas Situs Web Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *E-Commerce* Shopee Di Kota Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT, Vol. 7, No. 3, Tahun 2018*
- Muhammad, A. (2009). *Hukum Asuransi Indonesia*. Citra Aditya Bakti. Bandung.

- Muzahid. (2009). *Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers*, Inc. USA.
- Nadya, Imanda., & Nurdin. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shope Yellow Facy Jeans Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. Vol.6. No. 3 Sep-Des.2018
- Nazar, Rafki dan Syahrani. (2008). “Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online”. SNA XI.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pavlou, Paul A., 2001. *Consumer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in the Technology Acceptance Model*.
- Rahmizal, M., & Yuvendri, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, Vol. 04, No.03
- Rohm, A., J., Swaminathan, V. 2004. A Typology of Online Shoppers Based on Shopping Motivations. *Journal of Business Research*. 57.
- Rosdiana, R., & Haris, I., A. (2018) Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*, Vol. 2, No. 3.
- Saputra, S., Hidayat, K., S., & Sunarti. (2017). Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(6), 85–95.
- Schiffman, L., G., & Kanuk, L., L. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Jakarta: PT Indeks.
- Shanaz, A., & Tri, I., W. (2021), Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, Vol. 4 No. 1 April 2021
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surawiguna. (2010). *'Makalah E-commerce'* Jurusan Sistem Informasi STMIK Amikom. Halaman 5-15. Yogyakarta.
- Widiani, N., L., M., Indah, N., L., P., & Wahyuni, N., M. (2019) Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Konsumen Berbelanja Kembali di Zalora. *Jurnal ilmiah manajemen & bisnis, Vol. 4, No. 2*.
- Wijaya, C., & Kempa, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada Chandra. *AGORA Vol. 6, No. 2 (2018), 6(2), 1–6*.
- Yusra, Y. (2018). *Mengungkap Layanan ECommerce Terpopuler di Indonesia*. (<https://dailysocial.id/post/mengungkaplayanan-e-commerce-terpopuler-diindonesia>). Diakses 4 Januari 2019).