

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, & Hermawan. (2013). *E-Bussine & E-Commerce* . Yogyakarta: Andi
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com. *Journal of Management*, 5(2), 1–15.
- Ayuningtiyas, V. M., Akuntansi, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2019). *Harga , Risiko Belanja Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Bertransaksi Belanja Daring (Online)* .
- Budiyono. (2006). *Statistika Dasar Untuk Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Darmadi, H. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Faruqi, U. Al. (2019). Future Service in Industry 5.0. *Jurnal Sistem Cerdas*, 2(1), 67–79. <https://doi.org/10.37396/jsc.v2i1.21>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Haiyan, J., Hairong, S., & Hwang, H. (2019). *Exploring factors affecting continuous intention*. *0170(3)*, 101–109.
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan* . Sukoharjo CV: Jasmine.
- Ivoni, D., Santika, I., & Suryani, A. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Orientasi Merek, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Fashion Online. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(4), 255196
- Kusuma, Z. H., & Hussein, A. S. (2019). The Effect Of Security, Trust, Percieved Usefulness And Perceived Ease Of Use Towards Purchase Decision In Online Marketplace Site Tokopedia.Com (Study of Tokopedia.com users in Malang City). *Jurnal Mahasiswa FEB*, 7(2), 1. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Lestari, I. T., & Widyastuti. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Belanja Online (Studi Pada Pengguna Tokopedia). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 478–484.
- Nisak, C., & Lubis, N. (2016). Pengaruh Harga, Keragaman Model Produk, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Toko Tas Online Sabilla Store. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 309–320.

- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce. *Jurnal Neo-Bis*, 9(2), 32–40.
- Rahmadi, H., & Malik, D. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Reformasi Administrasi*, 3(1), 126–145. <https://doi.org/10.31334/v3i1.100>
- Rahmawati. (2013). Antecedent Keputusan Pembelian (Studi Kasus Online Purchasing). *Universitas Diponegoro Semarang*.
- Rekarti, E., & Hertina, L. (2014). Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap minat beli online pada situs jual beli tokobagus.com. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 2(3), 311–318.
- Riyono, Astono, A. D., & Novitasari, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Oleh Mahasiswa. *Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Teraoan*, 10(2017), 61–71.
- Rozana, Y. (2017). Pengaruh Keamanan Bertransaksi, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Secara Online Di Situs E-Commerce Lazada (Studi pada Pengguna Situs Lazada.id di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Sari, D. E. (2018). Pendidikan Literasi Keuangan melalui Program Kemitraan dengan Bank untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 28(1), 22–30.
- Sari, D. E. (2019). Sosialisasi dan Edukasi Literasi Keuangan Untuk Warga ‘Aisyiyah Kabupaten Sukoharjo Guna Mengurangi Perilaku Konsumtif Pada Remaja dan Anak-Anak. *JIPEMAS: Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 88. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v2i2.2694>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D . Bandung : Alfabeta.
- Widiyanto, J. (2015). SPSS for Windows untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian . Surakarta: Laboratorium Komputer FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yusnidar, Samsir, & Restuti, S. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, IV(12), 311–329.