

DAFTAR PUSTAKA

- Adistya, Clara. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Online Word-of-Mouth dan Keamanan Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pembelian Produk Fashion di Situs Zalora Indonesia di Semarang)*. Semarang
- Afiah, Nur. (2018). Pengaruh Keamanan, Reputasi dan Pengalaman Terhadap Trust Pengguna Internet Untuk Bertransaksi Secara Online. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan: Vol. 1, No. 2, 58-65*
- Alwafi, Fachrizi & Rizal Hari Magnadi. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. *Diponegoro Journal of Management: Vol. 5, No. 2, 1-15*
- Anwar, R.N. & Afifah, A. (2018). Kepercayaan dan Keamanan Konsumen Terhadap Minat Beli di Situs Online (Studi Kasus Pengunjung Situs Lazada di Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik): 9(1), 46-57*
- Astutik, Ririn Ayu & Lies Indriyatni. (2021). Analisis Pengaruh Word of Mouth dan Keamanan Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee Khimarinstan). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS: Vol. 4, 374-385*
- Bhukya, Ramulu & Singh Sapna. (2015). The Effect of Perceived Risk Dimensions on Purchase Intention an Empirical Evidence from Indian Private Labels Market. *American Journal of Business, 30(4), 218-230*
- Dewi, Santika. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Univeersitas Negeri di Makassar*. Makassar
- Farisi, Salman Al, Siti Farah, & Ratna Nikin Hardati. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Lazada. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis (JIAGABI): Vol. 9, No. 2, 377-385*
- Fuady, Munir. 2005. *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, hal. 407.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gultom, Fahrian Arsyam. (2021). *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus E-Commerce Lazada di Kota Makassar)*. Makassar
- Haekal, Azwar & Bambang Widjajanta. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classfields di Indonesia. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education: Vol. 1, No. 1, 181-193*
- Hasibuan, Raihan Oryza & Mahir Pradana. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Online (Studi Pada Mahasiswa/i Pengguna Aplikasi Jual Beli Online Lazada). *E-Proceeding of Management: Vol. 7, No. 2, 6805-6811*
- Gunawan, Indra. 2021. *Keamanan Data: Teori dan Implementasi*. Sukabumi, Jawa Barat: CV Jejak, anggota IKAPI.
- Martinayanti, Ni Made Putri & Putu Yuda Setiawan. (2016). Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Persepsi Risiko Pada Niat Beli Produk Fashion Via Instagram di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud: Vol. 5, No. 4, 2026-2053*
- Mulyana, Yusuf Fitra. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Pada Toko Online OLX.co.id)*. Yogyakarta
- Nazir, M. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nurhatinah. (2018). Pengaruh Keamanan, Privasi, dan Reputasi Terhadap Kepercayaan Konsumen Online Shopping di Kota Padang. *EcoGen: Vol. 1, No. 1, 206-217*
- Permana, Ade Indra. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan di Situs Belanja Online Bukalapak. *Jurnal Ekonomi Bisnis: Vol. 25, No. 2, 94-110*
- Pratama, Rendy Budi & Rizal Hari Magnadi. (2017). Analisis Pengaruh Promosi dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepercayaan Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli di E-Commerce (Studi Pada Pengguna blibli.com). *Diponegoro Journal of Management: Vol. 6, No. 3, 1-11*
- Putra, I Putu Agus Purnama Adi, I Putu Gde Sukaatmaja, I G.A.K. Giantari. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Terhadap Kepercayaan, dan Niat Beli E-Ticket Pada Situs Traveloka. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana: Vol. 5, No. 9, 3007-3030*

- Putri, Cokorde Istri Dharma & Ida Bagus Sudiksa. (2018). Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Online Pada Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Unud: Vol. 7, No. 1, 3532-3563*
- Rerung, Rintho Rante. 2018. *E-Commerce: Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish
- Rizkiawan. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online di Kalangan Masyarakat Sangatta (Studi Kasus Pada E-Commerce Shopee). *Jurnal Eksis: Vol. 16, No. 1, 66-75*
- Rizkitasari, Fairus & Dian Ari Nugroho. (2017). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Online dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen KoreaBuys.com). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB: Vol. 5, No. 2*
- Rosdiana, Riski, Iyus Akhmad Haris, & Kadek Rai Suwena. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha: Vol. 11, No. 1, 318-328*
- Rozana, Y., & Nugraha, H. S. (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: Vol. 7, No. 1, 1-11*
- Sarjita. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Situs OLX. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi: Vol. 7, No. 1, 69-82*
- Setyoparwati, Indirasari Cynthia. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi: Vol. 3, No. 3, 111-119*
- Shahnaz, Nanda Bella Fidanty, Wahyono. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal: 389-399*
- Sugiyanto, Mumuh Mulyana, & M. Visa Ramadhan. (2021). Pengaruh Kemanan Bertransaksi, Kemudahan Transaksi dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Tokopedia). *Jurnal Informatika Kesatuan: Vol. 1, No. 1, 23-30*
- Susanti, Vina Endah. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Citra Merek, Keamanan, Terhadap Minat Beli Tiket Pada Situs Traveloka. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING): Vol. 5, No. 1, 13-21*

- Utami, Alvi Rizki Hady's (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi (PRISMA): Vol. 1, No. 6, 79-93*
- Wahyuni, Ananda Dewi & Dahmiri. (2021). Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keamanan Konsumen dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen di Marketplace Shopee Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Menkeu): Vol. 10, No. 1, 29-41*
- Wulandari, A., Prakosa, A. S., Anhari, F. Z., Pamungkas, B. A., & Suryati, R. (2021). Pentingnya Kepercayaan Memediasi Pengaruh Keamanan Bertransaksi dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta: Vol. 23, No. 2, 101-114*