

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. P. (2017). Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Situs Lazada.co.id. *Skripsi*.
- Ainun. (2015). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.
- Barner, & Vidgen. (2002). An Integrative Approach to the Assessment of E-Commerce Quality. *Journal of Electronic Commerce Research*.
- Buttner, O., & Goritz, A. (2008). Perceived Trustworthiness of Online Shops. *Journal of Consumer Behaviour*.
- Chen, S. C., & Dhillon, G. (2003). Interpreting Dimensions of Consumer Trust in E-Commerce. *Information Technology and Management*, 4, 303–318. <https://doi.org/10.1023/A:1022962631249>
- Cochran, W. F. (1977). The estimation of sample size. *Sampling Techniques*, 3, 72–90.
- Dwiyanto, M. G. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Lazada. *Tesis*.
- Gefen, D. (2002). Customer Loyalty in E-Commerce. *Journal of the Association for Information Systems*.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8).
- Gregg, D., & Walczak, S. (2010). The Relationship between Website Quality, Trust, and Price Premiums at Online Auction. *Journal of Electronic Commerce Research*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis (Seventh Edition)* (Seventh). Pearson Education.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>

- Hardiyanti, M. (2012). Kepercayaan Pada Penjual dan Persepsi Akan Risiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet (Online). *Skripsi*.
- Hermawan, S. (2011). Mudah Membuat Aplikasi Android. *Skripsi*.
- Jambeck, J. R., Geyer, R., Wilcox, C., Siegler, T. R., Perryman, M., Andrady, A., Narayan, R., & Law, K. L. (2015). Plastic Waste Inputs From Land Into The Ocean. *Science*, 347(6223), 764–768.
- Jasfar, F. (2012). Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan.
- Javadi, M., & al, e. (2012). An Analysis of Factors Affecting on Online Shopping Behaviour of Consumers. *International Journal of Marketing Studies*.
- Jundi, M. S. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Nilai Yang Dipersepsikan sebagai Mediasi Pada Toko Online Lazada.co.id. *Skripsi*.
- Kalakota, R., & Whinston, A. B. (1997). Electronic commerce : a manager's guide.
- Kante, M., Kipchumba Chepken, C., Oboko, R., & Chepken, C. (2018). Partial Least Square Structural Equation Modelling ' use in Information Systems : an updated guideline of practices in exploratory settings Developing a maturity model for the adoption of Mobile-based Internet of Things Health services in South Africa Vie. *Kabarak Journal of Research & Innovation*, 6(1), 49–67. <http://eserver.kabarak.ac.ke/ojs/>
- Kartajaya, H., & Asmara, B. (2014). Wow Service Is Care.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. dan, & Amstrong, G. (2014). *Principle of marketing*. Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P. T., Keller, K. L., Goodman, M., Brady, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management* (4th ed.). Pearson Education Limited. <https://doi.org/9781292248479>
- Koufaris, M., & Sosa, W. (2004). The Development Of Initial Trust In AnOnline Company By New Customers, *Information & Management*. 377-397.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-Commerce 2014: Business, Technology, Society* .

- Liang, T. P., & Lai, H. J. (2002). Effect of store design on consumer purchases: An empirical study of on-line bookstores. *Information and Management*, 39(6), 431–444. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00129-X](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00129-X)
- Liu, C., & Arnett, K. (2000). Exploring the factors associated with website success in the context of electronic commerce. *Information and Management*.
- Machmud, S., & Sidharta, I. (2013). Model Kajian Pendekatan Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Sektor UMKM Di Kota Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis*, 56-66.
- McKnight, D., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research*, 334-359.
- Moorman, C. (1993). Factors Affecting Trust in Market Research Relationships.
- Morissan, A. (2012). Metode Penelitian Survei.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku Konsumen.
- Mulyatiningsih, E. (2011). Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan.
- Novitasari, S. (2016). Peran Kepercayaan Konsumen Pada Bisnis on Line Terhadap Beli Ulang Pada Konsumen Di Maganda. *Gema Ekonomi*, 5(1), 75–92.
- Octaviani, L., & Sudrajat, A. (2016). Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Paradigma*, 4(3).
- Oktari, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, E-service Quality, dan Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara Medan. *Skripsi*.
- Park, C. H., & Young, G. K. (2006). The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Site Commitments. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*.
- Pusparisa, Y. (2019). Transaksi E-Commerce Indonesia Terbesar di Asia Tenggara.
- Rakhmawati, N. A., Permana, A. E., Reyhan, A. M., & Rafli, H. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32. <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>

- Rifaldi. (2019). Transaksi E-Commerce Pada Facebook Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*.
- Saiful. (2019). *Pengaruh Desain Website Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazada Dengan Persepsi Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening* (Vol. 8, Issue 5). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Sari, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja Online Di Lazada. *Skripsi*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). Perilaku Konsumen.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). In *Research methods for business: a skill-building approach* (7th edition). *United Kingdom: John Wiley & Sons*.
- Shergil, G., & Chen, Z. (2005). Web-based shopping: consumers' attitudes towards online shopping in New Zealand. *Journal of Electronic Commerce Research, Vol. 6, No. 2*, 79-94.
- Sidharta, I., & Sidh, R. (2013). Analisis Faktor-Faktor Sikap Yang Membentuk Niat Mahasiswa Menjadi Teknopreneur. *Jurnal Computech & Bisnis*, 117-128.
- Subiakto, H. (2013). Internet untuk pedesaan dan pemanfaatannya bagi masyarakat. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 26(4), 243–256.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi (Pertama)*. Pustaka Baru Press.
- Sukma, A. A. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian melalui Social Networking Website. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–11.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.
- Wangi, A. S., Pandjaitan, D., & Ramelan, M. R. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Website Terhadap Niat Pembelian Kembali Yang Dimediasi Oleh Kepuasan

Konsumen Lazada.Co.Id Di Bandar Lampung.

- Wibowo, R. (2015). Kesuksesan E-commerce (OnlineShopping) Melalui Trust Dan Customer Loyalty. *Ekonomi Bisnis*, 20(1), 8–15.
<http://journal.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/5078>
- Wijaya, M., & Jasfar, F. (2014). Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Pembelian Produk Fashion Melalui Online Shopping. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*.
- Yousafzai, S., G., P. J., & Foxall, G. (2003). A Proposed Model of E-Trust for Electronic Banking. *Technovation*.
- Yusuf, A. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375.
<https://doi.org/10.1177/009207002236911>