

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ba, S., & Pavlou, PA (2002). Bukti pengaruh teknologi membangun kepercayaan di pasar elektronik: Harga premium dan perilaku pembeli. *MIS triwulanan* , 243-268.
- Darmawi, H. (2016). *Manajemen Risiko Edisi 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Farah, M. (2004). *Teori dan Aplikasi Manajemen Keuangan Investasi dan Sumber Dana Jangka Pendek*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Undip.
- Hartono, S. R. (2008). *Hukum asuransi dan perusahaan asuransi*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Junni, P. D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (1998). *Essential Of Management Information System. (P. Hall, Ed.)*. New Jersey.
- Mayer, R. C., & Davis, I. H. 8: Schoorman, FD 1995. *An integrative model of organizational trust. Academy of Man-agement Review, 20*, 709-734.
- Philip Kotler, G. A. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13. Jilid 1. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of management review, 23*(3), 393-404.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS Vs LISREL: Sebuah Pengantar. Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, (2018), “*Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*”. (Bandung: Alfabeta)
- Sugiyono. 2017, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa. Gramedia Tjiptono, F., Gregorius, Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*.

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-159.

JURNAL

Askolani, M., & Alâ, I. P. (2020). Penerapan Literasi Media Di Era Digital Pada Generasi Zaman Now. *Communicative: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(2), 78-82.

Bhatnagar, A., Misra, S., & Rao, H. R. (2000). On risk, convenience, and Internet shopping behavior. *Communications of the ACM*, 43(11), 98-105.

Forsythe, S., Liu, C., Shannon, D., & Gardner, L. C. (2006). Development of a scale to measure the perceived benefits and risks of online shopping. *Journal of interactive marketing*, 20(2), 55-75.

Minarti, I., Niha, S. S., & Amaral, M. A. L. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Kupang Yang Dimediasi Minat Beli*. In Prosiding SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER Fakultas Ekonomi (pp. 406-421).

Mujiatun, S. (2014). Jual beli dalam perspektif islam: Salam dan istisna'. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 13(2).

Muttaqin, A. (2011). Transaksi e-commerce dalam tinjauan hukum jual beli islam. *Ulumuddin Journal of Islamic Legal Studies*, 7(1).

Sari, D. P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-533.

Shah, S. A. M., Jadoon, M. S. U. I., Tahir, M., & Anwar, J. (2021). Examining the Trust-Based Consumer Decision-Making Model for Online Purchases in Pakistan. *International Journal of Online Marketing (IJOM)*, 11(4), 41-62.

Taroreh, O., Jorie, R. J., & Wenas, R. (2015). Pengaruh persepsi konsumen dan kepercayaan terhadap penggunaan jasa asuransi pada asuransi Jasindo Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).

Niehoff, B. P., & Moorman, R. H. (1993). Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior. *Academy of Management journal*, 36(3), 527-556.

SKRIPSI

Angki, A. P (2020). *Analisis pengaruh kepercayaan, harga, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian di blibli.com*. Universitas Hasanuddin, Makasar, Indonesia.

Crisnawati, S. (2017). *Pengaruh persepsi, kepercayaan dan pembelajaran konsumen terhadap keputusan pembelian produk asuransi pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Kayutangan Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).

Sukma, A. A. (2012). *“Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui social networking websites”*. Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, Depok, Indonesia

Suresh, A. M., & Shashikala, R. (2011). *Identifying factors of consumer perceived risk towards online shopping in India*. *IPEDR*, 12, 336-341.

INTERNET

Depaq RI, alqur'an dan terjemahan. Diakses dari <https://quran.kemenag.go.id/>

Editorial Team (2021, 23 Juli). Mengenal Sejarah Berdirinya Shopee Sebagai Marketplac Di Asia. Diakses dari <https://divedigital.id/sejarah-shopee/>