

DAFTAR REFERENSI

- Adam, Muhammad, dkk. (2023). A Study on Factors Influencing Consumer Behavior to Use Foodpanda in Malaysia. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*, 6(1), 97-107.
- Agustina, Rennie, dkk. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, E-WOM, dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433-443.
- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 117-125.
- Ardialis, M. Bobby dan Nurrahmi Hayani. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Marketplace Lazada. *Indonesian Journal of Bussiness Economics and Management*, 2(1), 1-8.
- Baharuddin, dkk. (2022). Pengaruh Persepsi Dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di Marketplace *Shopee* Pada Mahasiswa STIEM Bongaya. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 5(1), 33-54.
- Bahri, Halida, dkk. (2023). Factors Influencing Young Muslim Women's Decisions in Buying Halal Skincare. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 24(1), 1-9.
- Boas, Vania Vilas, dkk. (2020). Trust and Perceived Risk in Consumer Behaviour: A Preliminary Study in Electronic Commerce. *Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020*.
- Chaturvedi, Sumit, dkk. (2016). Perceived Risk, Trust and Information Seeking Behavior as Antecedents of *Online Apparel Buying Behavior* in India: An Exploratory Study in Context of Rajasthan. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 935-943.
- Cnbcindonesia.com. (2023). *Warga RI Habiskan Rp 851 T Buat Belanja Online, Beli Apa Aja?*. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230215145223-37-414052/warga-ri-habiskan-rp-851-t-buat-belanja-online-beli-apa-aja> pada tanggal 28 Juli 2023.

- Edyansah, T. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Produk IM3 Dikalangan Masyarakat Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 20(1), 1-11.
- Edyansah, T, dan Ahyar Juni. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Merek Honda (Studi Kasus Di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(2), 47-55.
- Elida, Tety, dan Ari Raharjo. (2019). *Pemasaran Digital*. Bogor: IPB Press.
- Firmansyah, Anang. (2018). *Perilaku Konsumen; Sikap dan Pemasaran*. Sleman: Deepublish.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Undip Press.
- Goh, Qing Zhi dan Lan Thi Phuong Nguyen. (2022). Determining Factors that Influence Consumer Behaviour Intention to Use Cashless Payment in Malaysia. *ICTIM*, 228, 31-51.
- Gunawan, Hendra dan Kartika Ayuningtyas. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 152-165.
- Hidayah, Nurul, dkk. (2022). Pengaruh Lifestyle Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Pada Konsumen Toko Zeus Di Kota Sorong). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(4), 5963-5972.
- Jiwa, Kausar, dkk. (2022). Factors Affecting Male Consumer Online Buying Behaviour. *International Journal of Economics, Management, Business and Social Science*, 2(3), 624-634.
- Katadata.co.id. (2020). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023> pada tanggal 28 Juli 2023.
- Munandar, dkk. (2021). Risk Perception And Intention Of Touring To The City Of Sabang In The Time Of The Covid-19 Pandemic. *International Journal of Economics, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration*, 1(2), 295-306.

- Nair, Sudhasini, dkk. (2022). Factors Affecting Consumer Behaviour during the Covid-19 Pandemic in Malaysia. *Journal of Hunan University (Natural Sciences)*, 49(4).
- Navrillia, Rifa. (2020). *Ini Dia! Fakta Menarik Dari Logo Shopee*. Diakses dari <https://www.jagadmedia.id/2020/10/ini-dia-fakta-menarik-dari-logo-shopee> pada tanggal 28 Juli 2023.
- Nugraha, Jefri Putri, dkk. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Nugraha, Rahma. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Bir Bintang Di Soloraya. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 76-86.
- Pratiwi, Citra, dkk. (2022). Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara *Online* Ditinjau Dari Motivasi Emosional Konsumen Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi*, 20(2), 35-44.
- Rachbini, Widarto. (2018). The Impact Of Consumer Trust, Perceived Risk, Perceived Benefit On Purchase Intention And Purchase Decision. *International Journal of Advanced Research*, 6(1), 1036-1044.
- Raharjo, Sahid. (2018). *Olah Data Statistik dengan SPSS*. Diakses dari www.spssindonesia.com pada tanggal 28 Oktober 2023.
- Ramadhana, Rini dan Sri Ekowati. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Konsumen *Shopee* Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 629-636.
- Rifa'i, Khamdan. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group.
- Rosa, Aslamia, dkk. (2019). Influence of Perceived Value and Perceived Risk to Trust and the Implications on Buying Intention. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 142(1), 423-427.
- Rosmayati, Siti, dkk. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sari, Hesti Candra. (2022). The Impact of Perceived Risk, Perceived Benefit, and Trust on Customer Intention To Use Tokopedia Apps. *Jurnal Bisnis Strategi*, 31(2), 145-159.

- Srisusilawati, Popon, dkk. (2023). *Loyalitas Pelanggan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suleman, Dede, dkk. (2023). The Influence Of *Brand* And Trust On *Online* Consumer Buying Interest. *International Journal of Educational Review, law, and Social Sciences*, 3(3), 977-984.
- Wahyudin, Moh. Dkk. (2020). Consumer Behavior Intentions to Purchase Daily Needs through *Online* Store Channel. *Journal International AgriTECH*, 40(4), 306-311.
- Zusrony, Edwin. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan PAT.