

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadinejad, B. Asli, H N (2017). *The Effect of Perceived Risk in Discount Condition on the e-Purchase Intention. MAYFEB Journal of Business and Management.*
- Amin, M F. Husna, K (2020). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Website, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Tokopedia.com. *Journal of Multidisciplinary Studies.*
- Ansyah, F. Abor. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan pada Vendor Terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Sikap Konsumen Toko Online Lazada di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha.*
- Ayuningrum, S. Idris (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Sebelumnya, Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Dalam Transaksi Belanja Online. *Diponegoro Journal of Management.*
- Ende, Kusuma, J K (2017). Peran *Citra Merek*, Persepsi Harga, Persepsi Risiko terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Merek Xiaomi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis.*
- Fauzi (2020). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Terhadap Minat Beli Produk Tour Pada PT. Green Deli Holidays Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek.*
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS Cetakan Kedelapan. Semarang: BPUNDIP.
- Haekal, A. Widjajanta, B (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Secara *Online* pada Pengunjung *Website Classifieds* di Indonesia. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education.*
- Khotimah, K. Febriansyah (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen & Kreativitas Iklan terhadap Minat Beli Konsumen *Online-Shop*. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis.*
- Kusumawati, D. Saifudin (2020). Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara *Online* Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Milenia di Jawa Tengah. *Jurnal JAB.*
- Mareta, Z. Nugraha, J P. Prayoto, Wartini, S. Hamdani (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Minat Beli Belanja

Online Melalui Media Sosial Edu Mina Mart Politeknik Kp Sidoarjo. Jurnal Chanos Chanos.

Martinayanti, N M P. Setiawan, P Y (2016). Peran Kepercayaan dalam Memediasi Persepsi Risiko pada Niat Beli Produk *Fashion* Via *Instagram* di Kota Denpasar. ***Jurnal Manajemen Unud.***

Maskuri, M A. Kurniawan, E N. Wardani, M K. Andriyani, M (2019). Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli *Online*. ***Jurnal Manajemen Kewirausahaan.***

Maziyah, N. Nuringwahyu, S. Zunaida, D (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Beli pada *E-Commerce*. ***Jurnal JIAGABI.***

Oentario, Y. Harianto, A. Irawati, J. (2017). Pengaruh *Usefulness, Ease of use, Risk* Terhadap *Intention to Buy Onlinepatisserie* Melalui *Consumer Attitude* Berbasis Media Sosial di Surabaya. ***Jurnal Manajemen Pemasaran.***

Palaez, A. Chen, C W. Chen, Y X (2017). *Effects of Perceived Risk on Intention to Purchase: A Meta Analysis.* ***Journal of Computer Information System.***

Priansa, D J. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. CV ALFABETA.

Putra, I P A P A. Sukaatmadja, I P G. Giantari, I G A K. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan dan Niat Beli *E-Ticket* pada Situs Traveloka. ***E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.***

Putri, T C. Gunawan, C (2021). Pengaruh Keragaman Produk dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli *Online* Saat Pandemi Covid-19. ***Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial.***

Rizkiawan (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Konsumen Secara *Online* di Kalangan Masyarakat Sangatta. ***Jurnal Akutansi Politeknik Negeri Samarinda.***

Rosdiana, R. Haris, I A. Suwena, K R (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara *Online*. ***Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha.***

Sakti, T A. Sukaris, Saepuloh, A(2020). *The Effect of Perceived Risk, Consumer Lifestyle and Online Trust on The Purchase Intention of Fashion Products in Instagram Social Media.* ***Innovation Research Journal.***

- Sangadji, E M. Sopiah (2013). Perilaku Konsumen. CV Andi Offset.
- Santoso, D. Najib, N. Munandar, J M (2016). Pengaruh Persepsi Risiko, *Price Counciousness, Familiarity*, Persepsi Kualitas dan Citra Toko pada Minat Beli Konsumen. ***Jur. Ilm. Kel. & Kons.***
- Sarjita (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Secara *Online* Pada Situs OLX. ***Jurnal JBMA.***
- Satya R, Soekotjo (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Harga dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli Penjualan Tiket *Online*. ***Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.***
- Schiffman, L. Kanuk, L L. (2008). Perilaku Konsumen. PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Sriwiyanti, E. Martina, S (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara *Online* Saat Pandemi Covid19 Pada Masyarakat Millenia di Kota Pematangsiantar. ***Jurnal Ilmiah AccUsi.***
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi). Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS. Yogyakarta: Andi.
- Suliyanto. 2018. Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Yogyakarta: Andi.
- Tilaar, F. Lopian, J. Roring, F (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee Secara *Online* Pada Anggota Pemuda GMIM Zaitun Mahakeret. ***Jurnal EMBA.***
- Tjiptono (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Wiyata, M T. Putri, E P. Gunawan, C (2020). Pengaruh *Costumer Experience, Ease of Use*, dan *Costumer Trust* Terhadap *Repurchase Intention* Konsumen Situs Jual Beli *Online* Shopee di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi. ***Jurnal CAKRAWALA – Reporsitori IMWI.***

Sumber Website

<https://pddikti.kemdikbud.go.id> Diakses pada Tanggal 20 Maret 2021 Pukul 20.00

<https://iprice.co.id> Diakses pada tanggal 11 maret 2021 pukul 21.45