

Daftar Pustaka

- Abdilla, Mohammad dan Imran Agus. 2021. *Keputusan Pembelian Online Saat Pandemi Covid 19 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas*.(Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas, Vol. 23, No.1)
- Adi Wikanto, “10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Di Indonesia, Tokopedia Kembali Kepuncak”, diakses dari <https://lifestyle.kontan.co.id/news/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-di-indonesia-tokopedia-kembali-ke-puncak>, pada tanggal 3 Februari 2022 pukul 11.10
- Angga Pratama, “Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung”, diakses dari <https://singoutnow.wordpress.com/2015/06/15/kecamatan-bandung-kab-tulungagung/>, pada tanggal 14 Januari 2022 pukul 07.46
- Anggraeni, Penia dan Putu Nina M. 2016.*Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs Traveloka*.(e-Proceeding of Manajement, Vol.3 No. 2)
- Arbani, Pratiwi, DKK. 2020. *Pengaruh Consumer Online review dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Marketplace Tokopedia*. (Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 7, No. 1)
- Ardianti, A. N. dan W. Widiartanto. 2019. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP UNDIP). (Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol 8, No2)
- Ayuningtiyas, Kartika dan Hendrik Gunawan. 2018.*Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian daring di Aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*.(Journal of Applied Business Administration, Vol. 2, No. 1)
- Bahrudin, Muh. dan Siti Zuhro. 2015. *Pengaruh Keperayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. (Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol 3, No 1)
- Darwin, Steven dan Yohanes Sondang Kunto. 2014.*Analisis pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya*.(Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 2, No. 1)
- Febriani, Naufan S. dan Wayan Weda A. D. 2019.*Perilaku Konsumen di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*.(Malang: UB Press)
- Gunawan, Melissa, DKK. 2017. *Analisa Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian di AIRBNB*, diakses dari (Petra Christian University)
- H., Haila Titin dan Lantip Trisunarno. 2020. *Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller Terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian Pada Toko Online di Shopee*. (Jurnal Teknik ITS, Vol. 9, No. 2)
- Handani, DKK. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (Yogyakarta: Pustaka Ilmu)
- Hidayat, Toni Hidayat dan T. Teviana. 2016. *Pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Lazada online shop*. (Jurnal PLANS, Vol 11, No2)
- Hidayati, Nur Lail. 2018. *Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya*. (Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol 6, No 3)

- Istiqomah, Lailatul dan Usman Usman. 2021. *Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervenin*. (Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol 1, No 1)
- Julia, Nila Harka dan Indriyane Widyastuti. 2021. *Persepsi Risiko Sebagai Faktor Dominan Dalam Keputusan Melakukan Pembelian Online (E-commerce)*. (Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan, Vol. 8, No. 1)
- Julianti dan Yulfita Aini. 2019. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian)*. (Cano Ekonomos, Vol. 8, No. 1)
- Jusuf, Dewi Indriyani. 2018. *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*, (Yogyakarta: Andi Offset)
- Kusumaningsih, Sabtarini, Joko Sutopo dan Fenti Nurlaeli. 2021. *Buku Panduan Marketplace*, (Surabaya; CV Global Aksara Pers)
- Kusumawati, Indriyani, DKK. 2020. *Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital OVO di Surakarta*. (Journal of management, Vol 11, No 1)
- Latief, Fitriyani dan Nirwana Ayustira. 2020. *Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Koametik di Sociolla*. (Jurnal Mirai Manajemen, Vol. 6, No. 1)
- M., Maria Magdalena. 2019. *Strategi Perusahaan Dalam Penanganan Berkurangnya Fokus Pegawai di Kecamatan Gunungpati*. (Jurnal Ilmu Manajemen da Akuntansi Terapan Vol. 10, No. 2, P-ISSN 2526-4440)
- Mahdi, M Ivan. 8 E-commerce dengan pengunjung terbesar pada kuartal III/2021, diakses dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/8-ecommerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iii2021>, pada tanggal 11 April 2022 pukul 05.04
- Mo, Zan , Yan-Fei Li dan Peng Fan. 2015. *Effect of Online Reviews on Customer Purchase Behavior*. (Journal of service science and Management, 8)
- Nuraeni, Yuni Siti dan Dwi Irawati, Pengaruh. 2021. *Online Customer Review, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa UBSI)*. (Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol 9, No4)
- Nurmawati. 2018. *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. (Malang: Media Nusa Creative)
- Pasi, Livia Nita Karina dan Budi Sudaryanto. 2021. *Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee di Kota Semarang)*. (Diponegoro Journal Of Maagement, Vol 10, No 3)
- Ramad, Heksawan dan Deni Malik. 2016. *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian E-commerce pada Tokopedia.com di Jakarta Pusat*. (Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani Vol. 3, No. 1)
- Resa, Novia Ayu. 2019. *Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online*. (Jurnal Ilmu Manajemen, Vol 7, No 1)
- Rezeki, Sri dan Ninie. 2019. *Pengaruh Harga, Online Customer Review Dan Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian di PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan)*. (Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (MBEP), Vol. 5, No.1)
- RI, Quran Departemen Agama. 2004. *Al-Qur'an dan Terjemahanya Juz 1-30*, (Surabaya: Mekar Surabaya)

- Rusilawati, Ermina, DKK. 2022. *Online Customer Review, Keamanan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Disitus Jual Beli Shopee*. (Management Studies and Entrepreneurship Journal, Vol 3, No2)
- S., Hana Zahra, DKK. 2021. *Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee*. (Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol. 9, No. 1)
- S., Mervyn Yudikaoutra, DKK. 2021. *Mediasi Kepercayaan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Produk Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace*. (Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa, Vol. 5, No. 1)
- Salsabila, Hana Zahra, DKK. 2021. *Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi shopee*. (Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol 9, No. 1)
- Sari, Dila Purnama dan Euis Sholoha. 2021. *Kualitas Produk Pengaruh, persepsi harga dan Promosi Terhadap Proses Keutusan Pembelian E-commerce Tokopedia di Kota Semarang*. Proceeding SENDIU
- Sari, Fuji Puspa dan Hawignyo. 2021. *Pengaruh Kepercayaan Da Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Shope Tokopedia*. (Journal of Economic, Business and Accounting, Vol 4, No 2)
- Sartika, Fani. 2022. *Pengaruh Persepsi Risiko, Ulasan Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online*. (Jurnal Saudagar Indonesia, Vol 1, No 1)
- Satri dan Dwi Tjahjo S. 2019. *Sistem Informasi E-marketplace Pada Pesanan Jasa Fotografi Berbasis Web di Kotawaringin Timur*. (Jurnal Penelitian Dosen Fikom, Vol.10, No.2)
- Setiawan, Iwan, DKK. 2018. *Rancang Bangun Aplikasi marketplace bagi Usaha Mikro, Kecil dan menengah berbasis Web (Sub Modul: Pembelian)*. (Jurnal Teknik Informatika, Vol. 10, No.3)
- Shanthi, R. dan Desti Kannaiah. 2015. *Consumers' Prerception on Online Shopping*. (Journal of Marketing and Consumer Research, Vol.13)
- Sudjatmika, Fransiska Vania. 2017. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com*. (Agora Vol. 5, No. 1)
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. (Bandung; Alfabeta)
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. (Bandung : Alfabeta CV)
- Sujarweni, V. Wiratna. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka baru press)
- Supriyadi, DKK. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang*. (Jurnal Bisnis Manajemen Vol. 3 No. 1)
- Syafi'atul, Siti dan Maduretno Widowati. 2020. *Pengaruh Kepercayaan, Celebrity Endors dan Persepsi Risiko Terhadap Kputusan Pembelian Pengguna E-commerce di Kota Semarang*. (Prosiding Seminar Nasional Unimus, Vol 3)
- Triapnita, Nana, DKK. 2020. *Perilaku Konsumen di Era Digital*, (Yayasan Kita Menulis)
- W., Muhammad Rudi R., DKK. 2021. *Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online saat Terjadi Pandemi Covid 19 di Serang Ulu II Kota Palembang*. (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi, Vol 2, No. 1)
- Wardoyo dan intan andini. 2017. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma*. (Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol 19, No 1)

- Wisnimurti, Ratnasari dan Muhammad Edwar. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Atasan Wanita Yang Dijual Secara Online Melalui Grup BlackBerry Messenger*. (Surabaya : Universitas Negeri Surabaya)
- Yudikaputra, Mervyn. 2021. *Mediasi Kepercayaan Konsumen pada Hubungan Kualitas Produk dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace*. (Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa, Vol 5, No 1)
- Yuliawan, Eko, Hanny Siagian dan Liangdy Willis. 2018. *Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (studi pada mahasiswa program studi Manajemen SITE mikroskil Medan)*. (Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 12, No. 2)
- Yuniarti, Maudina Tri. 2022. *Pengaruh Brand Image, Informasi Produk dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indihome*. (Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta)
- Yuniarti, Yenny. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online*. (Jurnal Penelitian Universtas Jambi, Vol 18 No 1)
- Yustiani, Rini dan Rio Yunanto. 2017. *Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi*. (Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika, Vo. , No. 2)