

DAFTAR PUSTAKA

- Andi. (2020). Tertipu Oknum Penjual, Shopee Lepas Tanggung Jawab. <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-5296848/tertipu-oknum-penjual-shopee-lepas-tanggung-jawab>
- Annur, C. M. (2020). Kenali Maraknya Penipuan Online saat Pandemi. <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/5f7c5da0cc927/kenali-maraknya-penipuan-online-saat-pandemi>
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. Jakarta Selatan: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/survei>
- Ayuningtiyas, K., & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165. https://www.researchgate.net/publication/333214299_pengaruh_kepercayaan_kemudahan_dan_kualitas_informasi_terhadap_keputusan_pembelian_daring_di_aplikasi_bukalapak_pada_mahasiswa_politeknik_negeri_batam
- Azizah, L. N. (2016). Hubungan Persepsi Risiko Online Shopping dengan Kepercayaan Konsumen dalam Pembelian Produk Fashion di Toko Baju Malang. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang. <https://core.ac.uk/download/pdf/79435388.pdf>
- BPS Provinsi Jawa Tengah. (2021). Potret Sensus Penduduk 2020 Provinsi Jawa Tengah Menuju Satu Data Kependudukan Indonesia. Semarang: BPS Provinsi Jawa Tengah. <https://jateng.bps.go.id/publication/2021/02/09/5502a5c9cc4400f6c9fa9bee/potret-sensus-penduduk-2020-provinsi-jawa-tengah-menuju-satu-data-kependudukan-indonesia.html>
- Darmawan, H. (2020). Shopee Sempat Tak Bisa Diakses, Ada 14 Laporan Keluhan yang Masuk. <https://m.tribunnews.com/techo/2020/10/23/shopee-semprat-tak-bisa-diakses-ada-14-laporan-keluhan-yang-masuk>
- Dwi, M. N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Online Shop Shopee di Kota Yogyakarta). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/7834/skripsi.pdf?sequence=2&isallowed=y>

- Hartono, J. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Online di Tanjungpinang. *Jurnal Manajemen Pembangunan*, 8(2), 198–209. https://www.researchgate.net/publication/338160652_pengaruh_persepsi_risiko_terhadap_keputusan_pembelian_online_di_tanjungpinang
- Hatta, H., & Salman, M. (2016). Keputusan Pembelian: Pengaruh Kualitas Informasi dan Komunitas Virtual Samsung Galaxy Tab di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1), 105–121. <https://media.neliti.com/media/publications/54977-ID-keputusan-pembelian-pengaruh-kualitas-in.pdf>
- Hermanto, W. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/5250/artikelskripsi.pdf?sequence=1>
- Hildaria, H. (2017). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, dan Kemudahan Transaksi terhadap Minat Belanja Online di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta. https://repository.usd.ac.id/13195/2/131324004_full.pdf
- IPrice. (2021). *Peta E-Commerce Indonesia*. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Karya, D. F., & Saputri, A. N. I. (2020). Pengaruh Model DeLone and McLean terhadap Kepuasan Pengguna pada Pengguna Aplikasi Ovo di Surabaya. *National Conference for Ummah*. <https://conferences.unusa.ac.id/index.php/ncu2020/article/download/611/285/1103>
- Kotler, P. (2002a). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2002b). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 2*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.

- Luvita, D. (2020a). Shopee Jadi Pilihan Belanja Online di Tahun 2020. Ini Rahasiannya!
<https://duniafintech.com/shopee-jadi-pilihan-belanja-online-di-tahun-2020/>
- Luvita, D. (2020b). Tempat Belanja Online yang Paling Diminati Tahun 2020.
<https://duniafintech.com/tempat-belanja-online-yang-paling-diminati-tahun-2020/>
- Maranti, E. (2020). Ini Dia Pemenang Penghargaan Indonesia WOW Brand 2020.
<https://www.marketeers.com/ini-dia-pemenang-penghargaan-indonesia-wow-brand-2020/>
- Muhammar. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada PT. Guteninc Makassar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. <https://123dok.com/document/q7xnwdxdy-pengaruh-kepercayaan-kemudahan-kualitas-informasi-keputusan-pembelian-guteninc.html>
- Mulyana, Y. F. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kemudahan terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Online (Studi pada Toko Online OLX.co.id). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. https://eprints.uny.ac.id/41479/1/YusufFitraMulyana_12808147010.pdf
- Murniati, M. P., Purnamasari, S. V., Ayu, S. D., Advensia, A., Sihombing, R., & Warastuti, Y. (2013). *Alat-Alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Perwitasari, P. (2021). Pengguna Ngeluh Tak Bisa Top Up Saldo ShopeePay.
<https://m.cnnindonesia.com/ekonomi/20210128165624-78-599642/pengguna-mengeluh-tak-bisa-top-up-saldo-shopeepay>
- Pradwita, R. B. R. P., Handoko, Y., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi pada Website www.laroslaptop.com terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 212–220.
https://www.researchgate.net/publication/342974207_pengaruh_kepercayaan_kemudahan_dan_kualitas_informasi_pada_website_wwwlaroslaptopcom_terhadap_keputusan_pembelian_online
- Rachmawati, A., Kana, A. A., & Anggarini, Y. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. 1(2), 187–200.
<http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/191>

- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online. Seminar Nasional Sistem Informasi 2019, 3. https://www.researchgate.net/publication/338464532_pengaruh_kemudahan_kepercayaan_pelanggan_dan_kualitas_informasi_terhadap_keputusan_pembelian_online
- Rahino, R. P. (2020). Shopee Server Error! Server Shopee Down? Netizen Keluhkan Shopee Error Hari Ini Dinihari WIB. <https://pontianak.tribunnews.com/2020/12/12/shopee-server-error-server-shopee-down-netizen-keluhkan-shopee-error-hari-ini-dinihari-wib>
- Rahma, A. (2021). Pengaduan Konsumen Melonjak Capai 3.692 Keluhan di 2020, Soal Apa Saja? <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4451949/pengaduan-konsumen-melonjak-mencapai-3692-keluhan-di-2020-soal-apa-saja>
- Rahmadi, H., & Malik, D. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce pada Tokopedia.Com di Jakarta Pusat. *Reformasi & Administrasi*, 3(1), 126–145. https://www.researchgate.net/publication/325459856_pengaruh_kepercayaan_dan_persepsi_risiko_terhadap_keputusan_pembelian_e-commerce_pada_tokopediacom_di_jakarta_pusat
- Saputri, A. F. B. A. (2015). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kinerja terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia.Com (Studi pada Pengguna Situs Belanja Online Tokopedia.com). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. https://eprints.uny.ac.id/23040/1/AinunFikaBudiAjiSaputri_10408144038.pdf
- Siauw, A. A. C. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Le Meilleur Brownies. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(2), 141–149. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/1735/1392>
- Stefani, K., & Cilvanus, H. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Persepsi Kemudahan, Iklan, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Ruangguru. *Media Informatika*, 19(2), 72–87. <https://journal.likmi.ac.id/index.php/media-informatika/article/download/44/42/176>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Usvita, M. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Akan Resiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survey Pada Konsumen Lazada.co.id. *Apresiasi Ekonomi*, 5(1), 47–53. <https://www.neliti.com/publications/283335/pengaruh-kemudahan-kepercayaan-dan-persepsi-akan-resiko-menggunakan-e-commerce-t>
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 19(1), 12. <https://www.mendeley.com/catalogue/c01fb0ef-b4ee-3e26-9113-08078e7f0974/>
- Warta Ekonomi. (2019). Ini Dampak Perkembangan E-Commerce bagi Indonesia. <https://www.wartaekonomi.co.id/read216033/ini-dampak-perkembangan-e-commerce-bagi-indonesia>
- Wisnumurti, R., & Edwar, M. (2015). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Atasan Wanita yang Dijual secara Online melalui Grup Blackberry Messenger (Studi Pada Girls Outfit Project Shop). <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/12040/11223>
- Wiyandi, E. (2020). Pengembalian Dana Shopee Pay Tak Kunjung Dicairkan. <https://www.pikiran-rakyat.com/surat-pembaca/2567/pengembalian-dana-shopee-pay-tak-kunjung-dicairkan>
- Yuliana. (2020). Surat Keluhan Saya terhadap Shopee Internasional Indonesia Belum Selesai. <https://mediakonsumen.com/2020/09/24/surat-pembaca/surat-keluhan-saya-terhadap-shopee-international-indonesia-belum-selesai>
- Zharfaningrum, D., Hidayatullah, S., & Khourouh, U. (2020). Determinan Keputusan Pembelian Online di Instagram: Perspektif Promosi, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 161–168. https://www.researchgate.net/publication/348190907_determinan_keputusan_pembelian_online_di_instagram_perspektif_promosi_kemudahan_kualitas_informasi_dan_kepercayaan
- Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7(3), 1–11. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/21024/19681>