

DAFTAR PUSTAKA

- Andrea, B., H.C Gabriella dan J. Timea. 2016. *Y and Z Generations at Workplaces*. Journal of Competitiveness. 8(3): 90–106.
- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. *Laporan Survei Internet APJII 2022*. Tersedia: <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>. Diakses tanggal: 7 Juni 2022.
- Assael, H. 2001. *Consumer Behavior 6th Edition*. Thomson-Learning, New York.
- Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS). 2022. *Statistik Pendapatan Februari 2022*. Tersedia: <https://www.bps.go.id/publication/2022/06/07/762b4c26471da63e74b3c174/statisti-pendapatan-februari-2022-.html>. Diakses: 11 Maret 2023.
- CNBC Indonesia. 2021. *Bos BI: Transaksi e_Commerce Bakal Tembus rp 395 T di 2021*. Tersedia: <https://supplychainindonesia.com/bos-bi-transaksi-e-commerce-bakal-tembus-rp-395-t-di-2021/>. Diakses: 20 Mei 2022.
- CNBC Indonesia. 2021. *Market E-Commerce di RI Tembus US\$43,35 M di 2021*. Tersedia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211220094336-37-300499/market-e-commerce-di-ri-tembus-us--4335-m-di-2021>. Diakses: 20 Mei 2022.
- CNBC Indonesia. 2022. *Daftar Terbaru UMR 2022 Tertinggi dan Terendah di Jabodetabek*. Tersedia: <https://www.cnbcindonesia.com/mymoney/20220912115206-72-371273/daftar-terbaru-umr-2022-tertinggi-dan-terendah-di-jabodetabek>. Diakses: 25 Desember 2022.
- Databoks. 2021. *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Tersedia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>. Diakses: 20 Mei 2022.
- Djoni. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Program Pascasarjana Universitas Siliwangi, Tasikmalaya.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gramedia.com. 2021. *Pendiri Shopee dan Kisah Perjalanan Karirnya*. Tersedia: <https://www.google.com/amp/s/www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/amp/>. Diakses 25 Desember 2022.
- Hartono, B. 2013. *Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer*. Rineka

Cipta, Jakarta.

- Haryani, D.S. 2019. *Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online di Tanjungpinang*. Jurnal Manajemen STIE Pembangunan Tanjungpinang. 8(2): 198-209.
- Hasan, I. 2002. *Pokok-pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Ilmiyah, M. 2021. *Pengaruh Pelatihan, Kompetensi dan Tunjangan Terhadap Kinerja Karyawan PT. BPRS Bakti Artha Sejahtera Sampang*. *Angewandte Chemie International Edition*. 6(11): 951-952.
- Irnawati. 2015. *Peranan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Sistem Pemasaran*. Journal LPPM Unindra. 8(1): 14-22.
- Kim, A. J., & Ko. 2010. *Impact of Luxury Fashion Brand's Social Media Marketing on Customer Relationship and Purchase Intention*. Journal of Global Fashion Marketing. 1(3): 164-171.
- Kim, G. and H. Koo. 2016. *The Causal Relationship between Risk and Trust in the Online Marketplace: A Bidirectional Perspective*. Computers in Human Behavior. 55: 1020-2029.
- Kotler, P. dan Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi 13 Jilid 1)*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 1)*. Erlangga, Jakarta.
- Kristiawan, A., I. Gunawan dan Vinsensius. 2018. *Pengaruh Potongan Parga, Bonus Kemasan, Tampilan Dalam Toko Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif*. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia. 6(1): 30-44.
- Lau, G. T. and S. H. Lee. 1999. *Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*. Journal of Market Focused management.
- Leeraphong, A and A. Mardjo. 2013. *Trust and Risk in Purchase Intention through Online Social Network: A Focus Group Study of Facebook in Thailand*. Journal of Economics, Business and Mangement. 1(4): 321-342.
- Lupiyoadi, R. dan Ikhsan. 2015. *Praktikum Metode Riset*. Salemba empat, Jakarta.
- Lyons, S. 2004. *An Exploration of Generational Values in Life and at Work*. Carleton University, Ontario.

- Makarim, E. 2005. *Pengantar Hukum Telematika*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Mardiani, N.F., H. Wijayanto dan E. Santoso. 2020. *Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Merek, Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris Di Ponorogo*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. 3(1): 57-63.
- Mulyadi, A., D. Eka dan W. Nailis. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Lazada*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan. (2):87-94.
- Nawang Sari, S., Y. Karmayanti. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Online Shop YLK.Store)*. Jurnal STMIK Atma Luhur Pangkalpinang. 61-67.
- Nilson, R. 2018. *Consumer Behavior:How People Make Buying Decisions*. McGraw-Hill Education, New York.
- Ningsih, S. dan H. Dukalan. 2019. *Penerapan Metode Suksesif Interval Pada Analisis Regresi Linear Berganda*. Jamburan Journal of Mathematics. IAIN Sultan Amai Gorontalo. Gorontalo.
- Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen (Edisi Revisi)*. Kencana, Jakarta.
- Padmo, D.A. dan T. Belawati. 2015. *Perkembangan Teknologi dan Informasi*. Universitas Terbuka, Tangerang Selatan.
- Pavlou, P.A. & Fygenon. 2006. *Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior*. MIS Quarterly:Research Article. 30(1): 115-143.
- Pavlou, P.A. 2003. *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk With Technology Acceptance Model*. International Journal of Electronic Commerce. 7(3): 69-103.
- Putri, B. R. T. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Udayana, Denpasar.
- Rachmawati, I. K., dkk. 2019. *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online*. Seminar Nasional Sistem Informasi 2019. 1617-1625.
- Resa, N.A. dan A.L. Andjarwati. 2019. *Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Jurnal Ilmu Manajemen. 7(4):1029-1036.
- Schiffman, L.G. and Kanuk, L. K. 2012. *Consumer Behavior*. 6ed Prentice Hall,

New Jersey USA.

- Shopee.co.id. 2021. *Shopee Segar*. Tersedia: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://shopee.co.id/m/shopee-segar-jabodetabek&ved=2ahUKEwiEs-eBkqf9AhWfB7cAHQI8CaMQFnoECAkQAQ&usg=AovVaw3hIKb9XnvR0DZDBphOLN_n. Diakses 7 Juni 2022.
- Simamora, H. 2000. *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana, Jakarta.
- Stanton, W. J. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet (Implikasinya pada Strategi Pemasaran)*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Tang, T.W. and W.H. Chi. 2015. *The Role of Trust in Customer Online Shopping Behavior: Perspective of Technology Acceptance Model*. International Journal. 0-6.
- Thomson. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Sumatera Utara, Medan. 1-14.
- Waro, S. S. dan M. Widowati. 2020. *Pengaruh Kepercayaan, Celebrity Endorser, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce di Kota Semarang*. Prosiding Seminar Nasional Unimus. 3:1085-1095.
- Wong, C.K. 2010. *E-commerce infographic: understanding online shoppers in Malaysia*. Tersedia: <http://www.ecommercemilo.com/2014/01/ecommerce-infographic-malaysia-understanding-online-shoppers.html#>. Diakses: 20 Mei 2022.
- Yusnidar, S., dan Restuti, S. 2014. *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online di Kota Pekanbaru*. Jurnal Sosial ekonomi Pembangunan. IV(12): 311-329.