**DAFTAR PUSTAKA**

Andromeda, Kevin. (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keragaman Produk Pakaian Via Online Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Belanja Online Pada FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Program Skripsi Universitas Muhammadiyah. Surakarta.*

Ansyah, Fery. (2019). Pengaruh Persepsi Resiko Dan Kepercayaan Pada Vendor Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Toko Online Lazada Di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha. Universitas Negeri Padang.*

Arikunto, Suharsimi.(2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi.Prof.Dr. (2018).*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.

Haryani,Dwi Septi. (2019). Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjung Pinang Manajemen. *STIE Pembangunan Tanjung Pinang.*

<https://siplah.kemdikbud.go.id/index.php/tentang_siplah>.

Kolter, Philip and Gary Amstrong. (2014). *Principle Of Marketing 15th Edition*. United States of America: Prentice hall.

Limakrisna, Nandan.Prof. Dr. Ir. H, MM.dan Dr.Togi Parulian Purba, M.M..(2019). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia Edisi 3*. Jakarta : Mitra Wacana.

Limakrisna, Nandan dan J Supranto. (2019). *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bogor : Penerbit Mitra Wahana Media.

Mahliza, Febrina. (2020). *Consumer Trust In Online Purchase Decision*. Jakarta : Universitas Mercu Buana

Moleong, Lexy J.Prof.Dr.M.A. (2017)*. Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Yusuf Fitra.(2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi resiko, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online. Studi Kasus Toko Online OLX.co.id. *Universitas Negeri Yogyakarta.*

Priskila, Tisia. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Resiko Terpersepsi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Dengan Harga Terpersepsi Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Shopee Indonesia). *Universitas Bunda Mulia*.

Rachbini, Widiarto. (2017). *The Impact Of Consumer Trust, Perceived Risk, Perceived Benefit on Purchase Intention and Purchase Decision*. Universitas Pancasila

Rosdiana,Riski,dkk. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*.

Sanusi, Anwar. (2014).*Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

Sari, Geni Intan HR.dkk. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Keamanan Kualitas Pelayanan Kualitas Produk dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Kota Padang). *STIE Perbankan Indonesia.*

Sudaryono.Dr.(2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta : CV.Andi Offset

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT.Alfabeta.

Sugiyono.Prof.Dr. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT.Alfabeta.

Sugiyono.Prof.Dr. (2019). *Metode Penelitian Kebijakan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2012). *Pemasaran Jasa. Edisi Pertama*. Banyumedia Publishing. Jawa Timur.

Tjiptono, Fandy Ph.D dan Gregorius Chandra. (2019). *Service Quality & Custumer Satisfaction Edisi 5*. Yogyakarta. CV. Andi Offset.

Yunita, Nahla Rahma.dkk. (2019). Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponogoro). *Jurnal Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Ponogoro.*