

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Rini, dan Hasyim. “Membangun Niat Beli Secara Online Melalui Kemudahan Dan Kepercayaan Konsumen.” *Jurnal Ekonomi* 10, no. 2 (2019): 121–32.
- Ahdiat, Adi. “Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat,” 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>.
- Amanda, Livia, Ferra Yanuar, dan Dodi Devianto. “Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang.” *Jurnal Matematika UNAND* 8 (2019).
- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, dan Kamaluddin Abunawas. “Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian.” *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 14, no. 1 (2023): 15–31.
- Anatasya, Selly. “Hasil Wawancara.” Jepara, 2024.
- Anisya Dwi Septiani, R, dan Deni Wardana. “Implementasi Program Literasi Membaca 15 Menit Sebelum Belajar Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Minat Membaca.” *Jurnal Persada* 4, no. 2 (2020): 60–67.
- Ardelia, Ni Putu Dila, dan I Ketut Rahyuda. “Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online.” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 11, no. 10 (2022): 1283. <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i10.p13>.
- Ari Hartawan, Imamul Arifin, dan Yogi Dwi Prasetyo. “Efektivitas Aplikasi Islami Terhadap Muslim Generasi Z dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Al-Qur’an.” *jurnal online studi Al-Qur’an* 18, no. 1 (2022): 135–48. <https://doi.org/10.21009/jsq.018.1.07>.
- Chang, Hsin Hsin, dan Su Wen Chen. “The impact of online store environment cues on purchase intention: Trust and perceived risk as a mediator.” *Online Information Review* 32, no. 6 (2008): 818–41. <https://doi.org/10.1108/14684520810923953>.
- Dewi Syamsurya, Syahrani, Aripin Ahmad, Jl Ir Sumantri Brojonegoro No, Gedong Meneng, Kec Rajabasa, Kota Bandar Lampung, dan Coressponding Author. “Analisis Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Produk Sociolla Di Kota Bandar Lampung” 2, no. 2 (2023): 183–96.
- Dicky, Wayan, Reza Pranata, Km Agus, dan Satria Pramudana. “Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dalam Memediasi

- Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen” 7, no. 10 (2018): 5230–57.
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p2>.
- Dwipayani N, dan Rahyuda K. “Pengaruh Sikap Dan Fashion Leadership Terhadap Niat Beli Online Remaja Di Kota Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 5, no. 6 (2016): 246230.
- Faizal, S. “Analisa Persepsi Pegawai terhadap Gaya Kepemimpinan dengan Pendekatan Metode di Industri Spare Part Otomotif (Studi Kasus PT. XXX Bekasi).” *LONTAR Jurnal Teknik Mesin Undana (LJTMU)* 03, no. 01 (2016): 9–16.
- Firdayanti, Restika. “Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online.” *Journal of Social and Industrial Psychology* 1, no. 1 (2012): 1–7.
- Fitria, Tira Nur. “Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 01 (2017): 52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>.
- Fitriani, dan Elmira Febri Darmayanti. “Pengaruh Risiko Pembelian Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa FEB UM Metro Angkatan 2020).” *Derivatif: Jurnal Manajemen* 16, no. 2 (2022): 341–50.
- Ghozali, Imam. *Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2017.
- Hair, Joseph F. *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall. 7 ed., 2010.
- Hanim, Lathifah. “Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Keabsahan Perjanjian Dalam Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) Di Era Globalisasi.” *Jurnal Dinamika Hukum* 11, no. Edsus (2011).
- Jibril, Abdul Bashiru, Michael Adu Kwarteng, Fortune Nwaiwu, Christina Appiah-Nimo, Michal Pilik, dan Miloslava Chovancova. “Online Identity Theft on Consumer Purchase Intention: A Mediating Role of Online Security and Privacy Concern.” In *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 12067 LNCS:147–58. Springer, 2020. https://doi.org/10.1007/978-3-030-45002-1_13.
- Jordan, Gašper, Robert Leskovic, dan Miha Marič. “Impact of Fear of Identity Theft and Perceived Risk on Online Purchase Intention.” *Organizacija* 51, no. 2 (1 Mei 2018): 146–55. <https://doi.org/10.2478/orga-2018-0007>.

- Karami, Katon Abi, dan Tri Wismiarsi. “Pengaruh Risiko Pada Keputusan Belanja On-Line.” *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*, 2016.
- Mahyarni. “Theori TRA Behavior(Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku).” *Jurnal El- Rizasah* 4, no. 1 (2013): 13.
- Mai Yuliza, dan Sinta Sila Yeneti. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online.” *Journal of Social and Economics Research* 4, no. 1 (2022): 068–080. <https://doi.org/10.54783/jser.v4i1.40>.
- Maria Regina Picaully. “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget di Sophee Indonesia.” *Jurnal Manajemen Maranatha* 18, no. 1 (2018): 1–40.
- Marianty, Dwi. “Perbedaan Gender mengenai Perceived Risk pada Pembelian Online.” *Kinerja* 12, no. 2 (2019): 140–49.
- Mohseni, Shahriar, Sreenivasan Jayashree, Sajad Rezaei, Azilah Kasim, dan Fevzi Okumus. “Attracting tourists to travel companies’ websites: the structural relationship between website brand, personal value, shopping experience, perceived risk and purchase intention.” *Current Issues in Tourism* 21, no. 6 (13 April 2018): 616–45. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1200539>.
- Muawiyah, Ulfa, Harun Alrasyid, dan Siti Aminah Anwar. “Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang).” *Islamic Economic and Finance Journal* 4, no. 1 (2023): 119–32.
- Mulfi, Salman. “Bab I Pendahuluan.” *Penerapan Embellishment Sebagai Unsur Dekoratif Pada Busana Modestwear* d, no. 2017 (2015): 1–15.
- Mulyaputri, Venna Melinda. “Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan Di Kota Surabaya.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 9, no. 1 (2021): 91.
- Mumtaha, Hani Atun, dan Halwa Annisa Khoiri. “PILAR TEKNOLOGI : Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Teknik Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce).” *Jurnal Ilmiah Ilmu Ilmu Teknik* 4, no. 2 (2019).
- Musianto, Lukas S. “Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian.” *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* 4, no. 2 (2002): 123–36.
- Mustajab, Ridhwan. “Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta pada 2023,” n.d.
- Nurfaiza, Alifia. “Inilah Beberapa Kelebihan dan Kekurangan Ecommerce Shopee.” 27 Mar 2024, n.d.

- <https://kelas.work/blogs/inilah-beberapa-kelebihan-dan-kekurangan-ecommerce-shopee>.
- Permadi, Giovani. "Pengukuran tingkat kesadaran merek (brand awareness) pada motor honda." *Jom Fisip* 3, no. 2 (2016): 1–12.
- Rahmi, Sri, Gunawan Bata Ilyas, Hasmin Tamsah, dan Abdul Razak Munir. "Perceived risk and its role in the influence of brand awareness on purchase intention: study of Shopee users." *Jurnal Siasat Bisnis* 26, no. 1 (Januari 2022): 97–109. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol26.iss1.art7>.
- Ramialis, Annisa Fitrah, dan Dan Eri Besra. "Pengaruh Website Quality Dan Website Brand Terhadap Minat Beli Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Konsumen Shopee Kota Padang)." *Jurnal Riset Bisnis* 4, no. 2 (2021): 209–21.
- Rhamdhani, Intan Muliana. "Analisis Niat Beli Konsumen Melalui Online Food Delivery Di Era Pandemic Covid-19." *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha* 29, no. 2 (2021): 18–28. <https://doi.org/10.32477/jkb.v29i2.242>.
- Ridha, Nikmatur. "Proses Penelitian, Masalah, Variabel, Dan Paradigma Penelitian." *jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2017). <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>.
- Sari, Novita, Aniek Hindrayani, Leny Noviani, dan Pengaruh Persepsi Risiko...|. "Pengaruh Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Minat Pembelian Online di Marketplace pada Mahasiswa di Kota Surakarta." *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 6, no. 2 (2023): 1–11. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v6i2.43428>.
- "Shopee," n.d. <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>.
- Sudama, Wayan, Martin Aryana Imanto, Sukma Wahyu Wijayanti, Sukma Wahyu Wijayanti, Yulia Agustini, Zainal Fatoni, Jl Ra Kartini, Cilandak Barat, dan Jakarta Selatan. "Pengaruh Risiko Pencurian Identitas dan Persepsi atas Risiko terhadap Niat Belanja Online." *Indonesian Business Review* 3, no. 2 (2020): 180–218.
- Supiyandi, Andi, Sri Hastjarjo, dan Yulius Slamet. "Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty of Shopee on Consumers' Purchasing Decisions." *CommIT Journal*. Vol. 16, 2022.
- Syafaruddin Z, Suharyono, dan Kumadji S. "Pengaruh Komunikasi Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) Dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian." *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 3, no. 1 (2016).
- Taluke, Dryon, Ricky S M Lakat, Amanda Sembel, Ekosistem Mangrove,

- dan Menjelaskan Bahwa. “Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat.” *Spasial* 6, no. 2 (2019): 531–40.
- Vedhitya, Mavellyno. “Ini Tiga E-Commerce Terbaik Pilihan Para Gen Z Tahun 2023.” *Marketeers*, 2023. <https://www.marketeers.com/ini-tiga-e-commerce-terbaik-pilihan-para-gen-z-tahun-2023/>.
- Waluyo, Minto, dan Ir Mm. *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM)*. Diedit oleh Irianto Basuki dan MIta Sugiarti. Surabaya: UPN “Veteran” Jawa Timur, 2016.
- Widhiarso, Wahyu. “Berkenalan dengan Variabel Moderator.” *Draft*, 2011, 1–5.

