

Referensi

Al-Jabari, M. A., Othman, S. N., & Mat, N. K. (2012). Actual Online Shopping Behavior among Jordanian Customers. *American Journal of Economics* , 125-129.

Assegaff, S. (2015). Pengaruh Trust dan Online Shopping Experiences terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja online : prespektif konsumen di Indonesia . *JAM*.

Bianchi, C., & Andrews, L. (2012). Risk, Trust, and consumer online purchasing behavior : a Chilean perspective. *International Marketing Review* , 253-276.

Fitdiarini, N. (2015). Kepercayaan Pelanggan Untuk Melakukan Online Shopping Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* , 257-259.

Hakim, M. R. L. (2016). *Kepuasan konsumen dalam berbelanja melalui media online ditinjau dari jenis kelamin* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah

Hermawan, H. (2017). Sikap Konsumen Terhadap Belanja Online. *Wacana* , 136-147.

Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-Commerce Shoppe Di Indonesia. *e-Proceeding of Management* , 39.

Selviana, S., & Setyowati, R. B. (2019). Pengaruh sikap belanja online terhadap trust melalui mediator kepuasan pelanggan. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3(2), 58-64.

Malang

Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha* , 31-32.

(Daroch, Nagrath, & Gupta, 2021) (Himel, Ashraf, & al, 2021) (Davis, Gnanasekar, & al, 2021) (Harahap & Amanah, 2018) (Nasser, Yusoff, & al, 2014) (Selviana & Setyowati, 2019) (Wen, Satar, & al, 2020)

Selviana, S., & Setyowati, R. B. (2019). Pengaruh sikap belanja online terhadap trust melalui mediator kepuasan pelanggan. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3(2), 58-64.Malang).