

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli secara Online pada Situs Jual Beli TOKOPEDIA.COM. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1-15.
- Atmaja, L. S. (2009). *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: CV. Andi
- Bailey, J. E., & Pearson, S. W. (1983). Development of a Tool for Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction. *Managemet Science*, 29(5), 530-545.
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Membeli secara Online pada Pengunjung Website Classifieds di Indonesia. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*, 1(1), 181-193.
- Halim, C. (2010). *Berbelanja Smart dan Membuka Gerai Gaul di Kaskus*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Husnan, F. (2015). *Buku Pintar Bisnis Online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- <https://lenterakecil.com/belanja-online-belanja-daring/>
- <https://www.beritasatu.com/survei-spire-layanan-grab-lebih-disukai-pengguna>
- <https://www.sumpuk.net/cara-praktis-pesan-grabfood-bayar-pakai-ovo/>
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jones, C., & Kim, S. (2010). Influences of Retail Brand Trust, Off-Line Patronage, Clothing Involvement and Website Quality on Online Apparel Shopping Intention. *International Journal of Consumer Studies*, 34(6), 627-637. doi: doi: 10.1111/j.1470-6431.2010.00871.x
- Kim, S., & Lee, Y. (2006). Global Online Marketplace: A Cross-Cultural Comparison of

- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (2014). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management*, 20(3), 709-734.
- Mukherjee, A., Arnott, D. C., & Nath, P. (2007). Role of Electronic Trust in Online Retailing. *European Journal of Marketing*, 41(9/10), 1173-1202. doi: 10.1108/03090560710773390
- Nugroho, Adi, (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre Order secara Online (Studi Kasus pada Online Shop Chopper Jersey). *Universitas Diponegoro*: Semarang
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Raman, A., & Annamalai, V. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *International Journal of Computer Applications*.
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sanusi, A. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, J., & Prihartono, K. (2012). *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Shadkam, M. (2012). An Empirical Study on Influences Factors of Online Purchasing. *International Journal of Arts & Sciences*, 5(1), 479-487.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: Penerbit IN MEDIA.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujana, K. C., & Suprapti, N. W. S. (2016). Peran Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Situs terhadap Niat Konsumen untuk Berbelanja di Situs ZALORA. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 595-622.
- Supriyati. (2012). *Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Bandung: LABKAT.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Website Quality. *International Journal of Consumer Studies*, 30(6), 533-543. doi: 10.1111/j.1470-6431.2006.00522.x
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- [www.grab.com](http://www.grab.com)
- Yoon, S.-J. (2002). The Antecedents and Consequences of Trust in Online-Purchase Decisions. *Journal of Interactive Marketing*, 16(2), 47-63. doi: 10.1002/dir.10008
- Yusuf, M. (2015). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Zubing, H., & Guohe, Y. (2009). An Empirical Research on Influence Factors of Online Shopping. *Journal Internasional Conference on Ilmu Informasi dan Teknik*, 09, 2846-2849.