

DAFTAR PUSTAKA

- Alexa Internet, 2017. *Top Sites in Indonesia, Showing 50 of 500 results. (Online).* (<http://www.alex.com/topsites/countries/ID.html>). diakses 9 Desember 2016.
- Algifari. 2010. *Analisis Regresi, Teori, Kasus dan Solusi* (Edisi Kedua). Penerbit BPFE UGM: Yogyakarta.
- Ali, T. 2016. "Factors Deriving Consumers' Repurchase Intention in Online Shopping: a Pakistani Consumer's Perspective". *International Journal of Management Sciences and Business Research*, Vol.5, No.12:261-270
- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Keenam, Alfabeta: Bandung.
- Andriyani, D. 2014. *Pengaruh Faktor Keamanan, Pengetahuan Teknologi Internet, Kualitas Layanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial*. Universitas Bengkulu: Bengkulu.
- APJII, 2016. *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. (Online).* (<https://www.apjii.or.id/survei2016.html>). Diakses 7 Desember 2016.
- Ardyanto, D. dkk. 2015. "Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan Ecommerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.petersaysdenim.com)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.22, No.1: 1-8
- Arikunto, Suharsimi. 1991. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. PT Rineka Cipta: Jakarta.
- _____. 2003. *Prosedur Penelitian, Suatu Praktek*. PT Rineka Cipta: Jakarta.
- Arwiedya, Mochamad Rizky. 2011. *Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Risiko Kinerja, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Author, _____ 2016. _____ Tokopedia. _____ (Online). (<https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia.html>). _____ diakses 8 Desember 2016.
- Azwar, S. 2007. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Bailey, J. E., and Pearson, S. W. 1983. *Development of a Tool for Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction. Management Science*, Vol 29 (5).

- Baskara, I.P. 2014. *“Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial”*. Universitas Dian Nuswantoro: Semarang.
- Chao-Min, Chiu. 2012. *“Understanding customers’ repeat purchase intentions in B2C e-commerce: the roles of utilitarian value, hedonic value and perceived risk”*. *Information Systems Journal* , Vol. 24, No:85-114.
- Chung Hoon, Park & Kim Young-Gul. 2006. *“The effect of information satisfaction and relational benefit on consumers’ Online shopping site commitments”*. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, Vol. 4, No:150-170
- Dai, Bo.dkk. 2014. *“The Impact of Online Shopping Experience On Risk Perceptions And Online Purchase Intentions: Does Product Category Matter?”*. *Journal of Electronic Commerce Research*. Vol.15, No.1:13-24
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, Vol 13, No.3:319-339.
- Ditpsmk, 2014. *Buku Referensi Siswa Pemasaran Online. (Online)*. Jilid 1 (<http://belajar.ditpsmk.net/?p=472>). diakses 7 Februari 2017.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Halim, Cipta. 2010. *Berbelanja smart dan membuka gerai gaul di kaskus*. Elex Media Computindo: Jakarta.
- Hartono, Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan, ANDI*: Yogyakarta.
- Hawkins, D.I., & Mothersbaugh. 2010. *Business Communication: Principles and Methods*. Boston. Kent Publishing Co.
- Hidayat, 2014. *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia. (Online)*. (https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media.html). diakses 6 Desember 2016.
- Hidman A.dkk. 2016. *“Analisis Pengaruh Kemudahan penggunaan, Kepercayaan dan kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Jual Beli Online Kaskus”*. STMIK: Palembang.
- Husnan, Fathul., & Creativity, Java. 2016. *Buku Pintar Bisnis Online*. Jakarta, Elex Media Komputindo.

- Kotler, Keller, 2012, *Marketing Management: 14 Edition*, New Jersey: Prentice Hall, Pearson Hall, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- _____. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol*, Edisi Sebelas. Terjemahan, Hendra Teguh. Prenhallindo: Jakarta.
- Kuncoro, M. 2007. *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. UPP STIM YKPN: Yogyakarta.
- Laudon, Kenneth C, dkk. 2007. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 13*, Jakarta : Salemba Empat.
- Lestari, S. 2015. Shopping Online Sebagai Gaya Hidup. *Jurnal Ilmu Sosial*. Vol.14, No.2: 24-41
- Mahajan, J.P. & Mahajan, A. 2015. *Principles of Marketing*. Vikas: Publishing House PVT LTD.
- Malwa, N. 2015. *Minat Beli Ceker Brontak Yang Dipengaruhi Kelompok Referensi, Sikap, dan Gaya Hidup Di Era Internet*. Universitas Lampung: Lampung.
- Mangrekber, 2014. *Jual Beli Online Jadi Aman*. (Online). (<https://www.mangrekber.com>). diakses 20 Desember 2016.
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D. 1995. "An Integratif Model of Organizational Trust". *Academy of Management Review*. Vol.30 : 709-734.
- Moorman, C., Deshpande, R., & Zaltman, G. 1993. Factors affecting trust in marketing research relationships. *Journal of Marketing*, 57(1), 81-101.
- Mowen, J.C., & Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Nirmala, E. 2014. *Pemasaran Online X-1*. Pusat Pengembangan Pemberdayaan Pendidikan Bisnis: Jakarta.
- 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.

- Parengkuan, F.M. 2014. "Perceived Information Security, Information Privacy, Risk And Institutional Trust On Consumer's Trust In E-Commerce". Jurnal EMBA, Vol.2, No.4: 788-797
- Puspasari, M. 2015. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Lazada.co.id*.
- Raman, Arasu., & Viswanathan, A. 2011. "Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer". IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System, No:54-60.
- Salehi, M. 2012. "Consumer Buying Behavior towards Online Shopping Stores in Malaysia". *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol.2, No.1: 393-403
- Saunders, M. 2009. *Research Methods for Business Students 5th Edition*. Pearson: Italy.
- Schiffman, Leon G., & Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sekaran, U. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (Edisi 4, Buku 2). Salemba Empat: Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motiv, Tujuan Dan Keinginan Konsumen*, Edisi Revisi, Kencana Pranada Media Group: Jakarta.
- Situmorang & Lufti. 2014. *Analisis Data : Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, Edisi Tiga, USU Press: Medan.
- Stiawan, D. 2005. *Sistem Keamanan Komputer*. Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta: Bandung.
- _____. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Suhir, M.dkk. 2014. "Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.co.id)" *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.8, No.1: 1-10
- Supriyati. 2012. *Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. LABKAT: Bandung.

- Suresh, A.M & Shashikala, R. 2011. "Identifying Factors of Consumer Perceived Risk towards Online Shopping in India". *International Conference on Information and Financial Engineering*. Vol.12: 336-341
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta Graha Ilmu.
- Tani, F. 2015. "The Influence Of Trust And Security In The Use Of Electronic Payment System In Manado". *Jurnal EMBA*, Vol.3, No.1: 183-191
- Turban, E.dkk. 2008. *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*. Prentice Hall, New Jersey.
- _____. 2015 *Electronic Commerce 2012: A Managerial and Social Networks Perspective*. Pearson.
- Umar, H. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* Rajagrafindo: Jakarta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajagrafindo: Jakarta.
- Wibisono, D. 2005. *Riset Bisnis Panduan Bagi Praktisi dan Akademisi*. Gramedia: Jakarta.
- Widiartanto, 2016. Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta. (Online). (<http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta.html>). diakses 7 Desember 2016.
- Windiyani, T. 2012. "Instrumen Untuk Menjaring Data Interval. Nominal, Ordinal dan Data Tentang Kondisi, Keadaan, Hal Tertentu dan Data Untuk Menjaring Variabel Kepribadian". *Jurnal Pendidikan Dasar*, Vol.3, No.5: 2013-208
- Yogautama, R. 2012. "Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan dan Pengalaman Mahasiswa Akuntansi Upn Veteran Yogyakarta Terhadap Niat Bertransaksi Secara Online". Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran: Yogyakarta.
- Yohanes Anton Nugroho. 2011. *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*. Skripta Media Creative: Yogyakarta.