

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Abdullah, A. & Tantri, F. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Agus, I Putu. 2015. *E-Commerce, E-Business, dan Mobile Commerce*. Bandung: Informatika Bandung
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Mamang , E. & Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta
- Sugiyono. 2016. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Supranto, J. 2012. *Metode (Aplikasinya dalam Pemasaran)*. Jakarta: Rineka Cipta

JURNAL :

Amelia Andhini. 2017. Pengaruh Transaksi *Online Shopping* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *E-Commerce*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 7, Juli 2017

Anastasia Kara. 2016. Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian *Online Shop* Elevenia di BBM Grup Terhadap Minat Beli Mahasiswi. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Volume 5 No.1

Ardianto Kusuma. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Website Tokopedia. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Azwar. H & Bambang. W. 2016. Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara *Online* Pada Pengunjung *Website Classifieds* Di Indonesia. Universitas Pendidikan Indonesia. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*. Volume 1, Number 1, April 2016, hal.181-193

Bondan Satrio.K. 2012. Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen *Online*. Universitas Islam Indonesia. Jurnal Siasat Bisnis. Volume 16 No 1, Januari 2012

Denni, dkk. 2015. Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian *Online*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 22 No. 1 Mei 2015

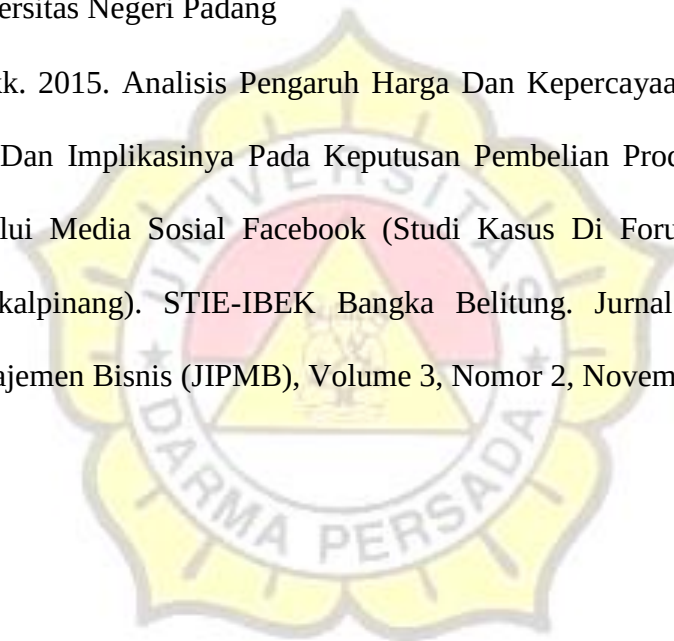
- Dixie Martien Saputra. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Aneka Regalindo Di Sidoarjo. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 2 No. 10 (2013)
- Faisal Reza. 2016. Strategi Promosi Penjualan *Online Shop* Lazada.co.id. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Jurnal Kajian Komunikasi. Volume 4, Juni 2016, hlm 64-74
- Fachrizi Alwafi, Rizal Hari Magnadi. 2016. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, Volume 5, Nomor 2, Tahun 2016, Halaman 1-15
- Ferriyal Rosita. 2015. Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) dan *E-Security Seals* Terhadap Minat Pembelian Konsumen Secara *Online*: Studi Pada Konsumen Kaspay.com Di Indonesia. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang
- I Made, A.B & I Putu, G.S. 2016. Pengaruh *Online Trust* Dan *Perceived Enjoyment* Terhadap *Online Shopping Satisfaction* Dan *Repurchase Intention* Lazada Indonesia. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 11, 2016: 7214-7244
- Inas Rafidah. 2017. Analisis Keamanan Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Di Lazada. Sekolah Tinggi Ilmu

- Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 2, Februari 2017
- Juniar Pantjawati. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Di Kartini Restoran Surabaya Plaza Hotel. STIE Perbanas Surabaya
- Kevin & Puspita. 2016. Pengaruh Verifikasi Keamanan *Online* Terhadap Kepercayaan Dan Minat Beli Konsumen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Telkom. Vol.3, No.3 December 2016
- Nurlina. 2017. Pengaruh *E-Service Quality* dan Kepercayaan *Online* Terhadap Minat Pembelian Toko *Online* Di Tokopedia. Komputerisasi Akuntansi, Politeknik LP3I Jakarta. Jurnal Lentera Bisnis. Vol .6 No 2, November 2017
- Ratna Dwi Jayanti. 2015. Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*. STIE PGRI Dewantara Jombang. Vol X No 1, April 2015
- Rifqi Wildan. N dan Farida Indriani. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk *Fashion Online* Melalui Jejaring Sosial Instagram. Diponegoro *Journal of Management*. Volume 6, Nomor 2
- Riska Lady M.B.A. 2016. Pengaruh Promosi *Online* dan *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Konsumen Tas *Online* Shop Fani House. Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro Semarang

Rosian Anwar Dan Wijaya Adidarma. 2016. Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. Fakultas Teknik Dan Ilmu Komputer Universitas Bakrie .Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya Vol. 14 No.2 Juni 2016

Siti Khairani. 2015. Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Melalui Media Sosial. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Wenny, dkk. 2015. Analisis Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Dan Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Produk Secara Online Melalui Media Sosial Facebook (Studi Kasus Di Forum Jual-Beli Kota Pangkalpinang). STIE-IBEK Bangka Belitung. Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB), Volume 3, Nomor 2, November 2015



WEBSITE:

www.apiji.or.id

www.lazada.com

www.cnnindonesia.com

nusaresearch.com

ecommerceIQ.com

m.liputan6.com

Topbrand-award.com

RyoKusumo.com

Rubik.okezone.com

News.detik.com

