

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, Muhammad S. Pertumbuhan *e-Commerce* Indonesia Tertinggi di Dunia, <https://www.liputan6.com/teknoread/2957050/pertumbuhan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>. Diakses tanggal 20 Juli 2018 pk 13.00 WIB.
- Adityo, Benito. 2011, "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Situs Kaskus." Semarang: Universitas Diponegoro.
- Alhasanah, Jihan U. 2014, "Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web *e-commerce* terhadap Keputusan Pembelian *Online*", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 15 No. 2 Oktober 2014.
- Amijaya, Gilang R. 2010, Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking, eprints.undip.ac.id/22558/, Diakses tanggal 10 Januari 2019 pk 09.00 WIB.
- Baskara, Putra I, 2014. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Websites*) (Studi pada Mahasiswa di Kota Semarang)", *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Volume 5, Nomor 3, Februari 2014.
- Databoks, Katadata Indonesia, Pengguna Ponsel Indonesia Mencapai 142% dari Populasi, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/29/pengguna-ponsel-indonesia-mencapai-142-dari-populasi>. Diakses tanggal 20 Juli 2018 pk 14.00 WIB.
- Dewi, Ria Y. 2017, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (*Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.com*, *Journal Of Management*, Vol. 6 No.3 Agustus 2017.
- Dewi, Wahyu S. 2016, "Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening", *Journal Of Management*, Vol. 2 No.2 Maret 2016.
- Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hallikainen, Heli. 2018, "National Culture and Consumer Trust in *e-commerce*", *International of Information Management*, 38 (2017) 97-106

- Hartono, Jogiyanto. 2007, *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman*, Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Kim, Myung J. 2011, "The Effect of Perceived Trust on Electronic Commerce: Shopping Online for Tourism Products and Services in South Korea", *Tourism Management*, 32 (2011) 256-265.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gerry, 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L, 2012. *Marketing Management* Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Laksana, Nur C, APJII: Pengguna Internet Indonesia di 2017 jadi 143,26 Juta dengan durasi 1-3 jam, <https://techno.okezone.com/read/2018/04/04/207/1882088/apjii-pengguna-internet-indonesia-di-2017-jadi-143-26-juta-dengan-durasi-1-3-jam>. Diakses tanggal 20 Juli 2018 pk 15.00 WIB.
- Mulyana, Deddy, 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rahmawati, Alni., Fajarwati., Fauziyah. 2014, *Statistika Teori dan Praktek*. Edisi 2. Prodi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ruppel, Cynthia, 2003. "E-commerce: The Role of Trust, Security, and Type of e-Commerce Involvement", *E-Service Journal*, Vol. 2, No. 2, Winter 2003, pp 25-45.
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger, 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Alih Bahasa: Kwan Men Yon: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J, 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta : Kencana.
- Siagian, Hotlan., Cahyono, Hotlan., 2014. "Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop", *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol 8 No 2.
- Sugiyono, 2017. *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suhir, Moch, 2014. "Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.co.id)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 8 No. 1 Februari 2014.
- Sullivan, Yulia W, 2018. "Assessing the Effects of Consumers' Product Evaluations and Trust on Repurchase Intention in e-commerce

Environments”, *International Journal of Information Management*, 39 (2018) 199-219.

Tata, Sutabri, 2012. *Analisis Sistem Informasi*, Yogyakarta: Andi.

Tim Riset iPrice, [ANALISIS] Kilas Balik Persaingan *E-Commerce* Indonesia Tahun 2017, <https://iprice.co.id/trend/insights/kilas-balik-e-commerce-indonesia-2017/>. Diakses tanggal 21 Juli 2018 pk 09.00 WIB.

Wahyuni, Sari, 2017. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online di Situs Online Fashion Zalora.co.id”, *e-Proceeding of Management*, Vol.4 No.2 Agustus 2017.