

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiah, N. (2018) 'Pengaruh Keamanan, Reputasi Dan Pengalaman Terhadap Trust Pengguna Internet Untuk Bertransaksi Secara Online', *JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 1(2), p. 58. doi: 10.26858/jekpend.v1i2.7256.
- Baierova, P., 2003., The Impact of User Characteristics on the Perceived Importance of Web Quality Dimensions. Unpublished thesis. Victoria University of Wellington.
- Dharma, Fitra. 2006, "*Pengaruh Structural Assurance dan Perceived Reputation Terhadap Trust Pengguna internet di Sistem E-commerce*". Makalah SNA 9, Padang, 23-26 Agustus.
- Djajentra. 2014. Reputasi adalah Magnet yang Menarik Rasa Percaya Pelanggan. Online post. Diunduh dari [www.djajendra-motivator.com](http://www.djajendra-motivator.com) pada tanggal 6 Desember 2014.
- Gefen, D., Elena, K. and Detmar, W. Straub. 2003. "*Trust and Tam in Online Shopping: An Integrated Mode*". *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 1, March, pp. 51-90.
- Hendrata, Y. K., Th. Prabandari, & Mujilan, 2013, "*Pengaruh Structural Assurance dan Perceived Reputation terhadap Trust Pengguna Internet di Sistem E-Commerce*", *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), hal. 81-88.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kalakota and Whinston. 1997. "*Frontiers Of Electronic Commerce*". Addison-Wesley Publilshing Company, Inc, Massachusetts.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi 9*. Indonesia: Indeks.

- Littlejohn, S. W. dan Foss. K. A., 2009. Teori Komunikasi (Edisi 9). Salemba Humanika.
- McKnight, D. Harrison, Viviek, C., and Charles, K. 2002. *“Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology”*. *Information Systems Research*, Vol. 13, No. 3, September, pp. 334-359.
- McLeod, Raymond Jr., dan Schell, George. 2011. Sistem Informasi Manajemen, edisi kesembilan. (Terjemahan Heri Yulianto). Jakarta: Indeks
- Probo, R.A Marlien. 2010. *“Pengaruh Reputasi, Privasi, dan Keamanan Terhadap Kepercayaan (Trust) Pengguna Internet di Semarang dalam Sistem E-commerce”*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 14 No. 2, hal. 92-99.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazar, (2007), *Consumer Behavior*, Seventh Edition, USA :Prentice-Hall, Inc.
- Shergil, G.S., dan Chen, Z., 2005., *Web-based shopping: consumers’ attitudes towards online shopping in New Zealand.*, *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 6, No. 2, pp. 79-94.
- Subiantara, Bima P., dan Eko, G.S. 2013. *Pengaruh Structural Assurance dan Perceived Reputation terhadap Trust Pengguna Internet di Sistem ECommerce*. *Jurnal Nasional di Sistem E-Commerce*.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Adminstratif*. Bandung: Alfabeta.
- Shibghatalloh, Muhammad Hanif. 2011. *“Analisis Faktor-Faktor yang Dapat Meningkatkan Kepercayaan Konsumen serta Dampaknya pada Persepsi Resiko Konsumen terhadap Online Shopping”*. Skripsi program strata-1 Universitas Diponegoro Semarang (tidak dipublikasikan).

Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. 2014. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: ANDI Offset.

Turban, E., Lee, J., King, D., dan Chung, H.M. 2002., *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*, Prentice-Hall, Inc.

Umaimah. 2008. *Keamanan Dalam E-Commerce*. Jurnal Beta, Vol. 7, No. 1, September 65-86.

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 tahun 2008.

Ustadiyanto Riyeke . 2002. *Framework E-Commerce*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Urbaczewski, A., Jessup L.M., and Wheeler, B. 2002. “*Electronic Commerce Research: A taxonomy and synthesis*”. *Journal Of Organizational Computing And Electronic Commerce*”, 12 (4). 263-305.

Yoseph Kus Hendrata, Theresia Purbandari, Mujilan, 2013, “*Pengaruh Structural Assurance dan Perceived Reputation terhadap Trust Pengguna Internet di Sistem E-commerce*”, *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 1, Februari.