

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, H, 1998. *Consumer Behavior and Marketing Action. 5th edition. Cincinnati,OH: South Western College Publishing.*
- Deni Pranoto. 2014. *Pengaruh Kepercayaan Dalam Pembelian.* Gramedia. Jakarta.
- Donney dan Cannon. 2005. *Proses Kepercayaan.* Rineka Cipta: Jakarta
- Hardiawan, Anandya Cahya. 2013. Pengaruh Kepercayaan. Kemudahan. dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Henry Simamora, 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi 1. Yogyakarta: STIE YKPN Yogyakarta.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R. 2007. *Antecedents of 169 Consumer Trust in B-to-C Electronic Commerce. Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems.* pp. 157
- Kotler, Philip; Armstrong. Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*,Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Milenium 2. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jilid 1 & 2 Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Loo, Richard. 2011. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan, Kepercayaan, dan Kesetiaan Konsumen Dalam Membeli Produk di Website Online Kaskus. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, Vol.1, No.3.
- Loo, Richard. 2011. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan, Kepercayaan, dan Kesetiaan Konsumen Dalam Membeli Produk di Website Online Kaskus. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen.* Vol.1. No.3.
- McLeod, Raymond. 2008. *Sistem Informasi Manajemen, Edisi 10*, Terjemahan oleh Ali Akbar Yulianto dan Afia R. Fitriati. Salemba Empat. Jakarta
- Miarso,Yusufhadi.2007. Menyemai Benih Teknologi Pendidikan. Prenada Media Group. Jakarta.

Mujiyana & Ingge Elissa. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *Jurnal Undip. Volume 8 Nomor 2. September 2013.*

Mowen, John C dan Minor, Micheal. 2012. Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta : Erlangga.

Mona, dkk. 2015. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online Dikalangan Mahasiswa Di Kota Solo. Vol 34, No 2.

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima. Bandung. Alfabeta.

Schiffman, L.G dan. Kanuk, L. L. 2000. *Perilaku Konsumen*, Edisi ke-7. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Setiadi, J. Nugroho (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Sudarmiatin. 2009. Model Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Teori Dan Empiris Pada Jasa Pariwisata. *Jurnal Ekonomi Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang* tahun 14. Nomor 1. Maret 2009.

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia,

Schiffman, L.G & Kanuk, L. L. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Andi, Yogyakarta.

Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE.

Suyanto. M. 2003. *E – commerce Perusahaan Top Dunia*. Andi. Yogyakarta.

Wardoyo & Intan Andini. 2017. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol 19, Nomor 1.

www.topbrand-award.com diakses pada hari jum'at tanggal 8 Maret 2019

www.dewanstudia.com diakses pada hari selasa tanggal 12 Maret 2019