

DAFTAR PUSTAKA

- Adityo, B., & Khasanah, I. (2010). 2010. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara On Line Di Situs Kaskus. *Repository Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Anggraeni, P., & Madiawati, P. N. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs WWW.TRAVELOKA.COM. *Jurnal Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom*, (2015), 96.
- Barnes, S.J. and R. Vidgen. 2003. Measuring Website Quality Improvements : A Case Study of the Forum on Strategic M
- anagement Knowledge Exchange. *Industrial Management & Data Systems*
- Burnirma, R. D. (2017). Analisis Kualitas Website Tiket.Com. *E-Proceeding of Management* □ : Vol.4, No.1 April
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen “Implikasi pada Strategi Pemasaran.”* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(2), 142–150.
- Ghafiki, R., & Setyorini, R. (2017). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Bukalapak.Com. *E-Proceeding of Management* □ : Vol.4, No.1 April 2017, 4(1), 678–686.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. (2001). *Ekonometrik Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Hyejeong, K., & Niehm, L. S. (2009). The Impact of Website Quality On Information Quality, Value, and Loyalty Intentions In Apparel Retailing. *Journal Of Interactive Marketing*.
- Jundi, M. S., & Mudiantono. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Nilai Yang Dipersepsikan Sebagai Mediasi. *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3), 1–12.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller., K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, R., Kusumawati, A., & Priambada, S. (2018). Kepercayaan Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Pada Website E-Commerce (Studi pada Konsumen PT . B). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 198–206. Retrieved from administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id%0A206
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Permatasari, C. D. W. (2015). Pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi resiko dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Secara online (Studi Pada Pengguna Situs olx.co.id d/h berniaga.com). *Jurnal Universitas Dian Nuswantoro*.
- Puspitasari, A. N., Kumadji, S., & Sunarti. (2013). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Nilai Yang Dipersepsikan, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Studi pada Pelanggan Toko Sepatu Wanita www.iwearup.com. *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*.
- Santoso, S. (2001). *Buku Latihan SPSS*. (Edisi Kedu). Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J., & Prihartono, K. (2012). *Perdagangan Online: Cara bisnis di Internet*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif : Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sastika, W. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website (WebQual 4.0) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Website e-commerce Traveloka (Studi Kasus : Pengguna Traveloka Di Kota Bandung Tahun 2015). *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketu). Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Edisi Revi). Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sumarwan. (2007). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Online. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*. 4(2), Pp. 67-810.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen* : Teori dan penerapannya dalam pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rmaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi III). Yogyakarta: Andi.
- Wisnumurti, R., & Edwar, M. (2005). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Atasan Wanita Yang Dijual Secara Online Melalui Grup Blackberry Messenger (Studi Pada Girls Outfit Project Shop). *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*.
- Yuniarti, S. (2017). *E-Commerce Dan Media Sosial*. Retrieved from <https://business-law.binus.ac.id/2017/12/31/e-commerce-dan-media-sosial/>
- Yuniarti, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora Volume 18 Nomor 1 Hal 27-37 Januari – Juni 2016*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. . (n.d.). Service Marketing. In 2007. New York: MCGraw-Hill/Irwin.
- <http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/>, diakses Oktober 2018
- <https://mediakonsumen.com/2018/06/12/surat-pembaca/penipuan-belanja-online-di-salah-satu-medsos> diakses Desember 2018